

**MODEL KOMUNIKASI HUMAS POLDA RIAU DALAM
MEMBANGUN KOMUNIKASI EKSTERNAL
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL
DI INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

ISWARA SILFIA

NIM. 11543200634

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2020**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE
Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

AKTIVITAS HUMAS POLDA RIAU DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI
EKSTERNAL MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM

Disusun Oleh:

Nama: Iswara Silfia
NIM: 11543200634

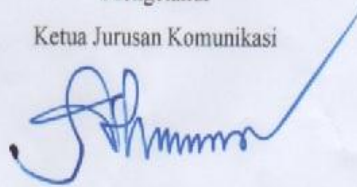
Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal : 2 Desember 2019

Pembimbing


Assviri Abdullah M. L. Kom
NIK. 130 417 023

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi


Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"Model Komunikasi Humas Polda Riau dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial di Instagram"** yang ditulis oleh:

Nama : Iswara Silfia
Nim : 11543200634
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 26 Desember 2019

Dan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 Januari 2020



Dr. Nurdin, MA
NIP.19660620 200604 1 015

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Dr. Miftahuddin, M.Ag
NIP.19750511 200312 1 003

Sekretaris/ Penguji II

Listiawati Susanti, MA
NIP.19720712 200003 2 003

Penguji III

Drs. H. Suhaimi D, M.Si
NIP.19570828 197903 1 002

Penguji IV

Artis, M.I.Kom
NIP.19680607 200701 1 047

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Proposal dengan judul **"AKTIVITAS HUMAS POLDA RIAU DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI EKSTERNAL MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM"** yang di gunakan oleh saudara/i :

Nama : Iswara Silfia
NIM : 11543200634
JURUSAN : Ilmu Komunikasi

Telah di seminarkan pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 26 April 2019

Dan dapat di terima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau.

Pekanbaru, 26 April 2019

Penguji


Umar Abdur Rahim S.M.Sos.I.MA
NIK. 130417025

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBARAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Iswara Silfia
NIM : 11543200634
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 07 Juni 1997
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **Model Komunikasi Humas Polda Riau Dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial di Instagram**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasyim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan daripihak manapun.

Pekanbaru, 2 Desember 2019

Yang membuat pernyataan,



Iswara Silfia

NIM. 11543200634



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

UIN SUSKA RIAU

Assyari Abdullah, M.I.Kom

Pekanbaru, 2 Desember 2019

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas

Lampiran : 1 (Eksempler) Skripsi

Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Iswara Silfia

Nim : 11543200634

Judul : "Aktivitas Humas Polda Riau Dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial Di Instagram"

Telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Komunikasi dalam bidang Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing

Assyari Abdullah M.I.Kom

NIK. 130417023

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Iswara Silfia

Nim : 11543200634

Judul : Model Komunikasi Humas Polda Riau dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial di Instagram

Penelitian ini membahas tentang Model Komunikasi Humas Polda Riau dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial di Instagram. Rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana Model Komunikasi Humas Polda Riau dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial di Instagram. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Model Komunikasi Humas Polda Riau dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Selanjutnya data tersebut disajikan dengan teknik analisa triangulasi data. Penelitian ini menggunakan teori media sosial *The Circular Model of Some* dari Regina Luttrell. Hasil dari penelitian ini adalah Humas Polda Riau memilih media sosial Instagram dilatar belakangi oleh pengguna media sosial yang semakin meningkat dan sesuai dengan sasaran yaitu seluruh masyarakat Riau yang aktif dimedia sosial Instagram. Humas Polda Riau membangun kepercayaan publik terhadap instansi atau perusahaan diantaranya adalah melakukan aktivitas-aktivitas melalui media di Instagram. Sebelum memposting konten dilakukan perencanaan publikasi yang merupakan proses menjelaskan tujuan serta menerbitkan konten berupa *Share, Optimize, Manage, Engage*. Pada proses *share* Humas Polda Riau bentuk konten yang di bagikan ke media sosial berupa himbauan, ajakan dan informasi. Pada proses *Optimize* Humas Polda Riau mengoptimalkan dengan melakukan informasi secara lengkap melalui bio instagram seperti alamat, kontak, email agar mempermudah masyarakat untuk menghubungi pihak kepolisian. Proses *Manage*, dilakukan media monitoring yang terdapat pada *Insight* Instagram. Pada proses *engage* dilakukan dengan membuat konten yang atraktif agar dapat menghibur dan berinteraksi dengan *followers*.

Kata Kunci : Humas, Polda Riau, Media Sosial

- Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Iswara Silfia

Student Reg. No : 11543200634

Title : **The Communication Model of Riau Regional Police Public Relations in Developing the External Communication Using Instagram**

This study discusses the Riau Police Public Relations Communication Model in Building External Communication Using Instagram. The formulation of the problem in this study is how is the Riau Police Public Relations Communication Model in Building External Communication Using Instagram. The purpose of this study is to know the Riau Police Public Relations Communication Model in Building External Communication Using Instagram. This study uses descriptive qualitative methods, while data collection techniques use interviews, observation and documentation. Then the data is presented with data triangulation analysis techniques. This study uses social media theory, namely The Circular Model of Some from Regina Luttrell. The results of this study are Riau Police Public Relations chose Instagram against the backdrop of increasing social media users and in accordance with the target that is all Riau people who are active in Instagram. Riau Police Public Relations builds public trust among agencies or companies including conducting activities through Instagram. Posting content publication planning is done which is the process of explaining the purpose and publishing content in the form of Share, Optimize, Manage, Engage. Riau Police Public Relations share content to social media in the form of appeals, solicitation and information. In the 'Optimize' PR process, the Riau Police optimizes it by carrying out complete information through bio instagram such as addresses, contacts, emails to make it easier for the public to contact the police. The 'Manage' process is carried out by monitoring media contained in Instagram Insight. In the process of engaging, it is done by creating attractive content in order to entertain and interact with followers.

Keywords: Public Relations, Riau Regional Police, Social Media

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Model Komunikasi Humas Polda Riau Dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial Di Instagram”**

Penulisan skripsi ini diperuntukkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan Skripsi penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan yang disebabkan keterbatasan dan pengalaman penulis. Namun banyak pihak yang mendorong dan memberikan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Teristimewa kepada orang tua tercinta Ayahanda Sofyan Ali dan Ibunda Kamzaimi yang telah merawat, membesarkan, membimbing, dan selalu memberikan semangat dengan penuh pengorbanan baik secara moril maupun materil, serta selalu memberikan doa yang tiada putusnya untuk penulis untuk dapat mewujudkan cita-cita penulis hingga menjadi seorang sarjana. Pengorbanan kedua orang tua dengan kesabaran, ketabahan, kasih sayang, doa serta dukungan untuk keberhasilan penulis hingga saat ini untuk itu skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua yang penulis sayangi.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati dan penuh dengan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin S.Ag, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



2. Bapak Dr. Drs. H. Surryan A. Jamrah, M.A, Dr. H. Kusnadi M.Pd, dan Drs. H. Promadi, M.A, Ph.D selaku Wakil Rektor I, II, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Nurdin, M.A Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si, dan Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos, S.IP, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Drs. Suhaimi D, M.Si Selaku Penasehat Akademis yang telah banyak memberikan ilmu serta arahan dan bimbingan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
7. Bapak Assyari Abdullah, M.I.Kom selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, kesempatan, dan memberikan pengarahan-pengarahan serta nasehat kepada penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, serta seluruh staff dan karyawan yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama perkuliahan
9. Kepala Staff Perpustakaan Fakultas Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Kepala Staff Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta seluruh staff yang telah memberikan pelayanan dan menyediakan buku-buku yang menjadi referensi penulis selama perkuliahan.
10. Bapak Yulius, bapak Antoni, dan bapak Anggia dan seluruh pegawai Humas Polda Riau yang sudah menerima penulis dengan baik, telah memberikan izin, kesempatan, bimbingan, dan bantuan dalam penelitian skripsi ini.
11. Terkhusus Kepada kakak-kakak ku, abang, dan Ipar, keponakan penulis yang selalu menyemangati penulis tanpa henti. Terimakasih senantiasa untuk selalu ada memberikan dukungan, serta do'a selama menyelesaikan skripsi ini.



12. Teruntuk saudaraku Tante Rahimah dan Nuraini, Kak Maria yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis
 13. Teruntuk Taufiq Rahman Marsal yang selalu ada disaat susah dan senang dan dukungannya yang sangat luar biasa
 14. Dinni Beddy, Dinna Beddy, Dian Mustnaini, Dara Tri Wardini, Defi Popyna Putri, Febi Febriani, Yulianti Asyar, Cici Septianis, Fika Afriani, Sari, Nindi yang tidak pernah bosan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
 15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- Penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semua masukan tersebut akan penulis jadikan sebagai motivasi untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Amin Ya Robbal Alamin.
- Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*
- Pekanbaru, Desember 2019
Penulis
- ISWARA SILFIA**
NIM. 11543200634
- UIN SUSKA RIAU



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengutipan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
E. Sistematika Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
A. Model Komunikasi	8
B. Humas	9
C. Media Sosial	14
D. Media Sosial Instagram	21
E. Komunikasi Eksternal	24
F. Perencanaan Publikasi	27
G. Kajian Terdahulu	31
H. Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
C. Sumber Data	35
D. Informan Penelitian	36
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Validitas Data	37
G. Teknik Analisis Data	38

BAB IV

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

BAB VI

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Polda Riau	39
B. Visi Misi	42
C. Struktur Organisasi Bid Humas Polda Riau	42
D. Tugas-Tugas Divisi yang ada di Bid Humas Polda Riau	43

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	45
B. Pembahasan	52

PENUTUP

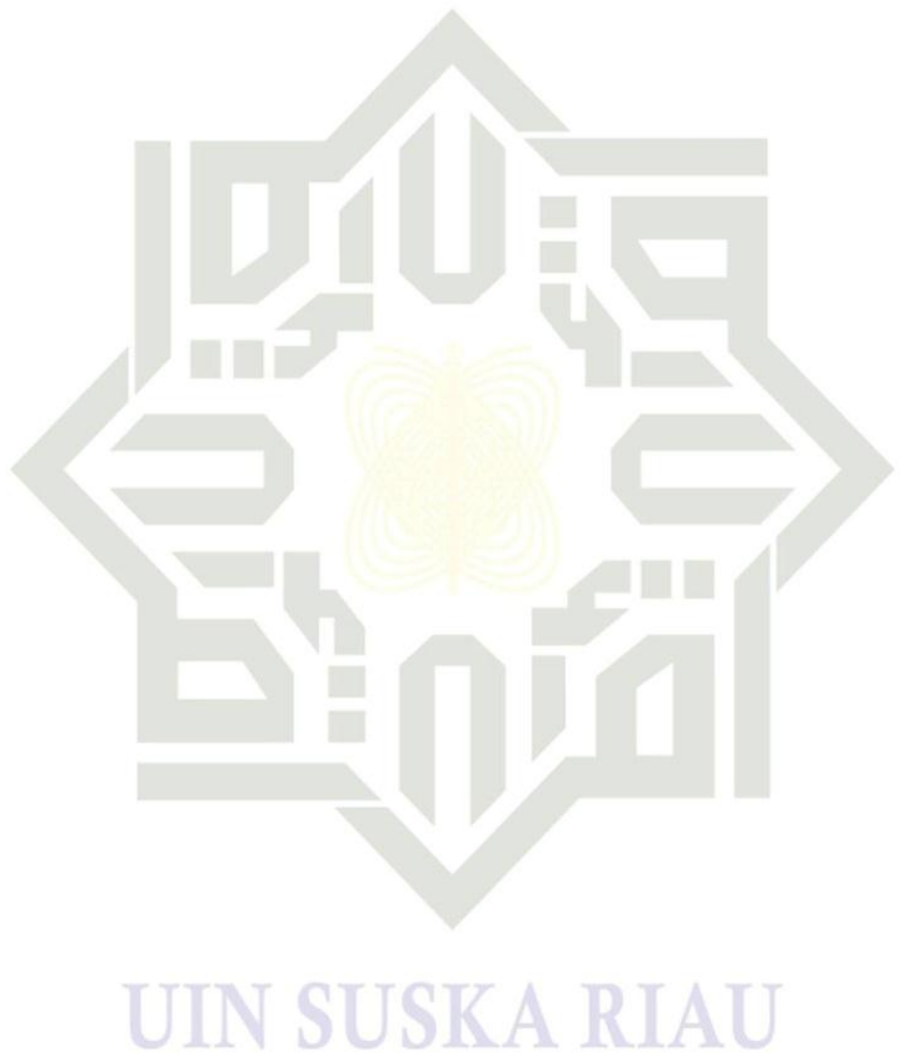
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59

Hak Cipta ini milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

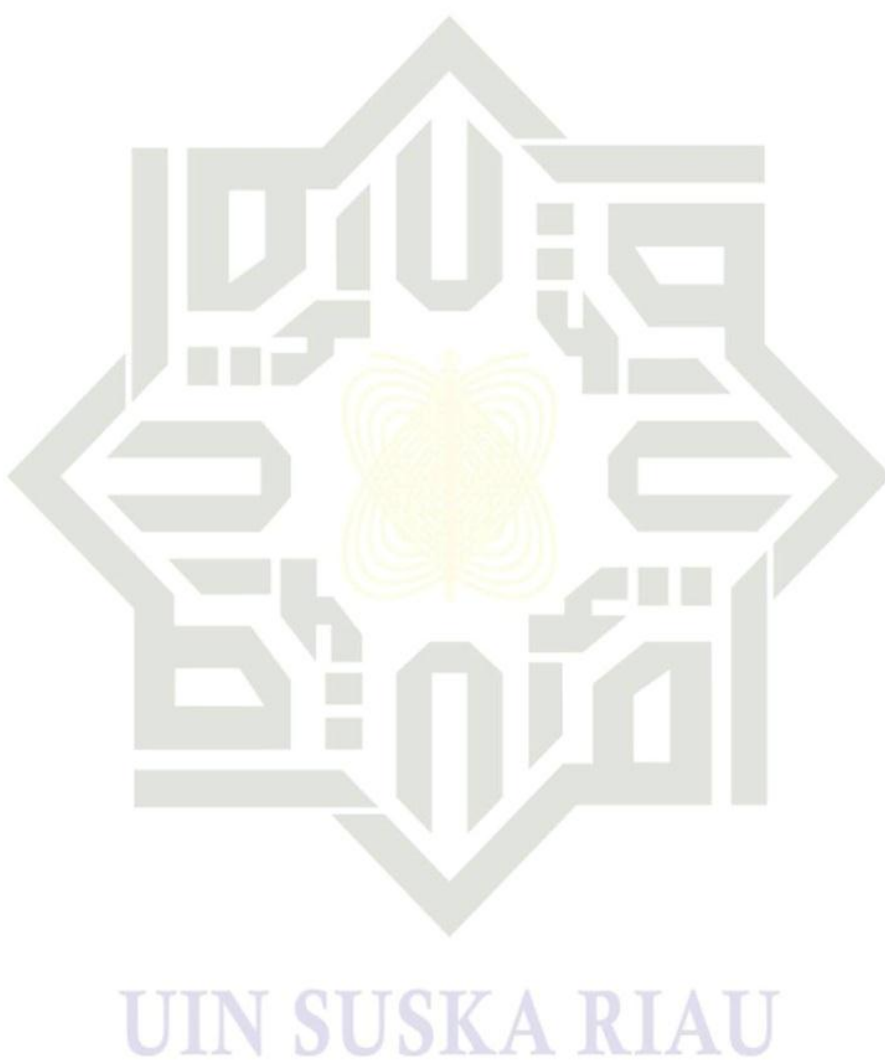
Tabel 4.1 Daftar Nama-Nama Kapolda Riau	41
Tabel 5.1 Identitas Informan	45



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.7 Kerangka Pikir	34
Gambar 4.3 Strukur Organisasi	42



Hak Cipta Dilir

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Transkrip Wawancara
- Lampiran 2 : Foto Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 3 : Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 4 : Surat Mengadakan Penelitian oleh Fakultas Dakwah dan komunikasi
- Lampiran 5 : Surat Keterangan Melaksanakan Penelitian



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya serta merupakan bagian penting bagi ketahanan nasional. Kemudian informasi merupakan hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri penting negara demokratis yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat untuk mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik. Berdasarkan pertimbangan tersebut dibentuk (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008) tentang Keterbukaan Informasi Publik.¹

Dengan berlakunya Undang-Undang maka menjadi kewajiban setiap instansi pemerintah, untuk transparan dan akuntabel dalam mengelola pemerintahan dengan cara memberikan fasilitas akses informasi kepada masyarakat. Polisi adalah salah satu dari elemen pemerintah yaitu berada pada posisi yudikatif dalam konsep politik modern yaitu “trias politica”.

Polisi Republik Indonesia (Polri) dalam kaitannya dengan pemerintah adalah salah satu fungsi pemerintahan negara dibidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegakan hukum, perlindungan, pengayoman, dan pelayanan pada masyarakat. Polisi Republik Indonesia (Polri) bertujuan untuk mewujudkan keamanan dalam negeri yang meliputi terpeliharanya keamanan dan ketertiban masyarakat, tertib tegaknya hukum, terselenggaranya perlindungan, pengayoman, dan pelayanan masyarakat, serta tercapainya ketentraman masyarakat dengan menjunjung tinggi hak asasi manusia, hal ini terdapat dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 2 tahun 2002 tentang Kepolisian Republik Indonesia.²

Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik*, Bab I, Pasal I.

Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Republik Indonesia*, Bab I, Pasal 4.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikat kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lambang polisi bernama “Rastra Sewakottama” yang berarti Polri adalah abdi utama dari nusa dan bangsa. Polri yang tumbuh berkembang dari rakyat, untuk rakyat, memang harus berinisiatif dan bertindak sebagai abdi sekaligus pelindung dan pengayoman rakyat. Harus jauh dari tindak dan sikap sebagai penguasa. Prinsip ini sejalan dengan paham kepolisian di semua negara yang disebut “kami berjaga sepanjang waktu agar masyarakat tentram”.³

Pandangan masyarakat terhadap kinerja Polri tidak hanya positif tetapi juga ada yang negatif. Baik buruknya citra Polri tergantung dari sikap masyarakat yang mana itu baik bersikap apatis, reaktif, kritis atau telah puas atas kinerja polri selama ini. Polisi yang berkarakter terpuji yang dapat menempatkan diri sebagai seorang moralis, bapak, teman, pengabdian, dan tokoh yang dikagumi dan dihormati. Berarti, kemulyaan, martabat dan kehormatan anggota Polri dapat dilihat dari besarnya penghargaan dan pengakuan masyarakat terhadap profesinya. Penghargaan yang sesungguhnya tercemin dalam realitas perilaku pengabdian dan pelaksanaan tugasnya yang membawa manfaat bagi masyarakat, bahkan di tempatkan secara terhormat di tengah kehidupan masyarakat.⁴

Setiap lembaga dan organisasi mempunyai tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan lebih dahulu. Seberapa jauh berhasil atau tidaknya sangat tergantung dari usaha dan kemampuan pengelola instansi itu sendiri, khususnya peranan humas juga sangat menentukan. Kemudian Setiap lembaga dan organisasi harus memiliki humas. Yang mana humas merupakan bagian terpenting yang diperlukan oleh setiap perusahaan, organisasi, bahkan instansi pemerintah, apalagi perusahaan yang berskala besar sangat memerlukan humas untuk meningkatkan atau memajukan sebuah perusahaan atau instansi tersebut, artinya humas sebagai sumber informasi harus mampu menjadi kepercayaan masyarakat dalam menyampaikan

³ “Kepolisian Negara Republik Indonesia: Arti Lambang Polri”, dalam <https://www.polri.go.id/> (diakses 25 februari 2019)

⁴ Warsito Hadi Utomo, *Hukum Kepolisian di Indonesia*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2005), 75

informasi mengenai lembaganya dan mampu membangun *image* yang baik tentang lembaga tersebut.⁵

Komunikasi yang biasa dilakukan oleh praktisi humas dalam membina hubungan baik dengan publik eksternal adalah komunikasi eksternal. Tujuannya adalah mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran yang positif dari publik terhadap suatu organisasi. Kemudian, komunikasi eksternal merupakan komunikasi antara pemimpin organisasi dengan khalayak atau publik diluar organisasi.⁶

Salah satu yang digunakan humas Polda Riau untuk melakukan komunikasi eksternal adalah dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial yang dipakai Polda Riau itu diantaranya *Instagram, facebook, twitter*. Melalui media inilah Polda Riau ingin menyapa dan hadir ditengah-tengah kehidupan masyarakat Riau yang semuanya hampir terhubung dengan media sosial melalui internet.

Media sosial menjadi bagian penting bagi kegiatan dan program *public relations*, karena media memiliki kekuatan bukan sekedar mampu menyampaikan pesan kepada jutaan khalayak sekaligus juga bisa menjalankan fungsi mendidik, mempengaruhi, menginformasikan, serta menghibur. Dengan fungsi seperti itu maka media memiliki potensi untuk membangkitkan kesadaran, mengubah sikap, pendapat, perilaku dan mendorong tindakan kekuatan, dan kemampuan yang dimilikinya. Maka peran media tidak bisa diabaikan begitu saja dalam program dan aktivitas *public relations*. Dalam banyak perencanaan program atau aktivitas *public relations*, maka dari itu menjalin hubungan baik dan harmonis dengan media menjadi salah satu ruh yang penting dalam kegiatan *public relations*.⁷ Media sosial yang juga sering disebut jejaring sosial mempunyai banyak bentuk, salah satunya yang sering digunakan humas Polda Riau adalah Instagram. Dengan menggunakan Instagram tersebut humas Polda Riau memposting beberapa aktivitas-aktivitas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), 10
 Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, tth),
 Dan Zarella, *The Social Media Marketing Book* (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta,

yang mereka lakukan dengan tujuan untuk memberi informasi kepada publik atau masyarakat mengenai lembaga mereka. Seperti memposting mengenai personil Sat Lantas Polresta Pekanbaru yang membantu warga yang terdampak musibah banjir, dan beberapa kegiatan yang lainnya. (Instagram Humas Polda Riau @humaspolda_riau). Oleh karena itu bidang humas polda Riau melaksanakan aktivitasnya melalui media sosial ke berbagai media cetak maupun elektronik, guna menjalin hubungan baik kepada masyarakat atau publik yang saling menguntungkan yang pada akhirnya dapat meningkatkan citra humas polda Riau.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik mengangkat masalah mengenai **“Model Komunikasi Humas Polda Riau dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial di Instagram”**.

B. Penegasan Istilah

Dalam judul ini penelitian yang penulis angkat terdapat beberapa istilah yang perlu diberikan penjelasan untuk mempermudah pemahaman dan pengertian serta untuk menghindari kesalah pahaman. Penjelasan istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Model Komunikasi

Menurut Sereno dan Mortensen, model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi.⁸

2. Humas

Public relations (PR) yang didalam Bahasa Indonesia diartikan menjadi hubungan masyarakat (Humas) merupakan berperan penting dalam penyampaian informasi terhadap masyarakat, yang bertujuan memperkenalkan dan mengangkat citra positif organisasi atau perusahaan tertentu secara *internal* atau *eksternal*.⁹

Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung) 131

Hermanto Bambang, *Public Relations dalam Organisasi*, (Yogyakarta:Santusa, 2007),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak mengikat kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Polisi Daerah (Polda)

Polda (Polisi Daerah) Riau adalah institusi atau badan pemerintah yang menjaga keamanan dan ketertiban umum.

4. Media sosial

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.¹⁰

5. Komunikasi eksternal

Komunikasi eksternal merupakan kegiatan komunikasi yang biasa dilakukan oleh praktisi humas dalam membina hubungan baik dengan *public eksternal*. Tujuannya adalah mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran yang positif dari publik terhadap suatu organisasi atau perusahaan.¹¹

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari paparan dalam latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Bagaimana Model Komunikasi Humas Polda Riau dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial di Instagram?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Model Komunikasi Humas Polda Riau dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial di Instagram.

¹⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Siombiosa Rekatama Media, 2015), 13

¹¹ Frazier Moore, *Hubungan Masyarakat*, (tt: PT Remaja Rosdakarya, tth), 80

2. Kegunaan Penelitian

a. Teoritis

- 1) Hasil penelitian sebagai bahan untuk menggali tambahan pengetahuan penulis tentang masalah-masalah dan ruang lingkup yang akan di bahas dalam penelitian ini.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan bacaan atau sumbangan pemikiran untuk menambah pengetahuan, wawasan atau bahan pertimbangan dalam menghadapi masalah yang sama.
- 3) Diharapkan dapat memperkaya wacana penelitian dibidang ilmu komunikasi.

b. Praktis

- 1) Sebagai bahan masukkan kepada Humas Polda secara umum khususnya Polda Riau mengetahui bagaimana model komunikasi humas polda riau dalam membangun komunikasi eksternal menggunakan media sosial Instagram.
- 2) Untuk memenuhi persyaratan sebagai tugas akhir perkuliahan guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada jurusan Ilmu Komunikasi di UIN SUSKA RIAU

E. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini dari beberapa pokok permasalahan yang dibahas pada masing-masing Bab yang penulis susunkan menjadi beberapa bagian:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Pada Bab ini membahas tentang kajian teori yang mendukung menyusun penelitian ini, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab ini menentukan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data dan teknik analisis data.

BAB IV : DESKRIPSI UMUM

Pada Bab ini membahas tentang sejarah, visi, misi, struktur organisasi dari Humas Polda Riau.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini membahas gambaran penelitian dan hasil pembahasan dari hasil penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Pada Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian-penelitian selanjutnya sebagai masukan ataupun pertimbangan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Model Komunikasi

1. Pengertian Model Komunikasi

Model komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.¹²

Model kerangka kerja konseptual yang menggambarkan penerapan teori untuk kasus-kasus tertentu. Sebuah model membantu kita mengorganisasikan data-data sehingga dapat tersusun kerangka konseptual tentang apa yang akan diucapkan atau ditulis. Kerap kali model-model teoritis, termasuk ilmu komunikasi, digunakan untuk mengekspresikan definisi komunikasi, bahwa komunikasi adalah proses transmisi dan resepsi informasi antara manusia melalui aktifitas encoder yang dilakukan pengirim dan decoder terhadap sinyal yang dilakukan oleh penerima.

Werner J. Severin dan James W. Tankard Jr mengatakan model membantu merumuskan teori dan menyarakan hubungan. Oleh karena hubungan antar model dengan teori begitu erat, model dicampuradukan dengan teori. Oleh karena kita memilih unsur-unsur tertentu yang kita masukkan dalam model, suatu model mengimplikasikan penilaian atas relevansi, dan ini pada gilirannya mengimplikasikan teori mengenai fenomena yang diteorikan. Model dapat berfungsi sebagai basis bagi teori yang lebih kompleks, alat untuk menjelaskan teori dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki konsep-konsep.¹³

2. Fungsi Model Komunikasi

Menurut Gardon Wiseman dan Larry Barker mengemukakan tiga fungsi model, yaitu:¹⁴

¹² Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 5
¹³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), 151
¹⁴ Ardianto, Elvinaro, dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), 68

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikat kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Melukiskan proses komunikasi
- b. Menunjukkan hubungan visual
- c. Membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi

Deutsch menyebutkan bahwa model mempunyai empat fungsi yaitu mengorganisasikan (kemiripan data dan hubungan) yang tadinya tidak teramati, heuristic (menunjukkan fakta-fakta dan metode baru yang tidak diketahui), prediktif (memungkinkan peramalan dari sekedar tipe ya atau tidak hingga yang kuantitatif yang berkenan dengan kapan dan berapa banyak, pengukuran (mengukur fenomena yang di prediksi).

Terdapat model komunikasi yang telah dibuat para ahli suatu model komunikasi juga dipengaruhi oleh latar belakang keilmuan model tersebut, paradigma yang digunakan, kondisi teknologis, dan semangat zaman yang melengkapinya dan model-model komunikasi yang sangat populer.

B. Humas

1. Pengertian Humas

Hubungan masyarakat (Humas) dalam pengertian teknik komunikasi, mengandung arti bahwa kegiatan humas dilakukan oleh suatu organisasi melalui aktivitas komunikasi untuk menjalankan atau memelihara hubungan organisasi dengan publik. Hal ini sesuai dengan pendapat Rosady Ruslan bahwa: *public relation* merupakan seni dan gabungan dari disiplin ilmu manajemen, komunikasi, psikologi, sosial dan marketing, untuk membentuk agar perusahaan atau lembaga, gagasan atau ide yang ditawarkan, nama instansi dan produknya menjadi disukai dan dapat dipercaya oleh publiknya.¹⁵

Menurut Onong, Humas atau *Public Relations* merupakan kegiatan komunikasi dua arah secara timbal balik antara suatu organisasi dengan publiknya atau khalayaknya, baik public internal maupun eksternal, dalam

¹⁵ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015) 6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengutipkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen organisasi tersebut, dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama, yang dilandasi asas saling pengertian dan saling mempercayai.¹⁶

Frank Jefkins mendefinisikan humas adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Bagian utama dari definisi ini adalah tidak hanya terbatas pada saling pengertian saja, melainkan juga berbagai macam tujuan khusus lainnya yang sedikit banyak berkaitan dengan saling pengertian itu. Tujuan khusus itu meliputi penanggulangan masalah-masalah komunikasi yang memerlukan suatu perubahan tertentu, misalnya mengubah sikap yang negatif menjadi positif.¹⁷

Cutlip, dan Center dan Broom menjelaskan Humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memperngaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.¹⁸

The international Public Relations Association mendefinisikan Humas adalah fungsi manajemen dari budi yang dijalankan secara berkesinambungan dan terencana, dengan mana organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berusaha memperoleh dan membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada sangkut pautnya atau yang mungkin ada sangkut pautnya, dengan menilai pendapat umum diantara mereka dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan keterlaksanaan mereka, guna mencapai kerja sama yang produktif dan untuk melaksanakan kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan melancarkan informasi yang berencana dan disebarluaskan.¹⁹

¹⁶ T.E.Ardhoyo, "Peran dan Strategi Humas (Public Relations) dalam mempromosikan produk perusahaan", Jurnal Risalah Vol.1, No.1 (Mei-Juni 2013), 16

¹⁷ Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 2002), 10

¹⁸ Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media public Relations dan Publisitas Korporat*, (Jakarta: Kencana, 2008) 5

¹⁹ Ibid, 134

Adapun ciri-ciri hubungan masyarakat adalah sebagai berikut:

- a. Komunikasi dilancarkan berlangsung dua arah secara timbal balik.
- b. Kegiatan yang dilakukan terdiri atas penyebaran informasi, penggiatan persuasi, dan pengkajian pendapat umum.
- c. Tujuan yang hendak dicapai adalah tujuan organisasi tempat humas menginduk.
- d. Sasaran yang dituju adalah khalayak di dalam organisasi dan diluar organisasi.
- e. Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan khalayak.

Dari ciri-ciri hubungan masyarakat itu jelas bahwa tugas kegiatan humas adalah mendukung tercapainya tujuan organisasi yang dikejar dan dilaksanakan oleh seluruh insan dalam organisasi yang bersangkutan, mulai dari pimpinan tertinggi sampai bawahan.

2. Tujuan Humas

Tujuan utama humas adalah memengaruhi perilaku orang secara individu ataupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, serta persepsi, sikap dan opininya terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan.²⁰

Menurut Rosady Ruslan, tujuan *public relations* adalah sebagai berikut.²¹

- a. Menumbuhkembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen
- b. Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan
- c. Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan *public relations*
- d. Efektif dalam membangun pengenalan merk dan pengetahuan merk
- e. Mendukung bauran pemasaran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

²⁰ Toni Greener, *Public Relations dan Pembentukan Citranya*. (Jakarta: Bumi Aksara), 46
²¹ Ruslan, Rosyadi. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), 246

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Frank Jefkins mendefinisikan tujuan *public relations* adalah sebagai berikut:²²

- a. Mengubah citra umum dimata masyarakat sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan
- b. Meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai
- c. Menyebarluaskan cerita sukses yang telah dicapai perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan
- d. Memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pangsa pasar baru
- e. Mempersiapkan dan mengondisikan masyarakat bursa saham atas rencana perusahaan untuk menerbitkan saham baru atau saham tambahan
- f. Memperbaiki hubungan antara perusahaan dan msyarakatnya, berkaitan dengan terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan salah paham dikalangan masyarakat terhadap niat baik perusahaan
- g. Mendidik konsumen agar lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan
- h. Meyakinkan masyarakat bahwa perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis
- i. Meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi risiko pengambialihan oleh pihak lain
- j. Menciptakan identitas perusahaan baru
- k. Menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pemimpin perusahaan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-hari
- l. Mendukung keterlibatan perusahaan sebagai sponsor dari suatu acara
- m. Memastikan bahwa para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang positif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan

²² Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003), 54

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikat kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

n. Menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan agar masyarakat luas mengetahui betapa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal.

Secara keseluruhan, tujuan *public relations* adalah menciptakan citra baik perusahaan sehingga dapat menghasilkan kesetiaan publik terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain itu, *public relations* bertujuan menciptakan, membina, dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi pada satu pihak dan dengan publik pada pihak lain dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik.²³

3. Aktivitas Humas

Aktivitas Humas adalah komunikasi dua arah dengan publik (perusahaan atau organisasi), yang bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, saling percaya, dan saling membantu atau kerjasama. Kemudian Edward L. Bernays mengatakan bahwa humas memiliki tiga fungsi yaitu:²⁴

- a. Memberikan penerangan kepada masyarakat
- b. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung
- c. Usaha-usaha untuk mengintegrasikan sikap dan tindakan dari perusahaan atau lembaga

Apa yang dikemukakan oleh H. Fayol beberapa kegiatan dan sasaran Humas sebagai berikut:²⁵

- a. Membangun identitas dan Citra Organisasi (*building corporate identity and image*)
- b. Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif

²³ Nurjaman Kadar, Umam Khaerul. *Komunikasi Public Relations*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 113-114

²⁴ Rosyadi Ruslan, *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003) 19

²⁵ Rosyadi Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007) 23-24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak
- d. Menghadapi Krisis (*Facing of Criss*)
 - 1) Menangani keluhan (*complaint*) dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis
- e. Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*Promotions Public Causes*)
 - 1) Mempromosikan yang menyangkut kepentingan publik
 - 2) Mendukung kegiatan kampanye sosial anti merokok, serta menghindari obat-obatan terlarang, dan sebagainya.

Pada dasarnya tujuan umum dari program kerja dan berbagai aktivitas Humas dilapangan adalah cara menciptakan hubungan harmonis antara organisasi atau perusahaan yang diwakilinya dengan publik. Hasil yang diharapkan adalah citra positif, kemauan baik, saling menghargai, saling timbul pengertian, toleransi antara kedua belah pihak. Perencanaan seorang Humas merupakan konsep yang mengacu kepada pemahaman mengenai langkah dan persiapan awal untuk perencanaan dan merancang mengenai pengorganisasian Humas sebagai bagian atau divisi didalam organisasi.

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media mempunyai peranan penting dalam Penyampaian sebuah pesan komunikasi. Media menjadi sarana pengirim pesan dalam suatu proses komunikasi. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual, personal dan dua arah. Melalui media sosial para pengguna media dapat mengetahui dan melakukan interaksi secara personal serta membangun ketertarikan yang lebih dalam.

Media sosial adalah aktivitas, praktek kebiasaan diantara beberapa komunitas manusia yang berkumpul secara online untuk membagikan informasi, pengetahuan, dan Opini melalui media *conversational*. Media *conversational* adalah sebuah aplikasi berbasis web yang memungkinkan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penggunaannya untuk membuat, mengirim, dan membagikan sebuah konten dalam bentuk susunan kata-kata, gambar, video, dan audio.

The Circular Model of Some merupakan sebuah model yang diciptakan oleh Regina Luttrell untuk memudahkan para praktisi media sosial untuk melakukan perencanaan komunikasi pada media sosial. Terdapat 4 aspek dalam model ini, keempat aspek tersebut memiliki kekuatan dalam bagiannya masing-masing. Berikut adalah penjelasan mengenai *The Circular Model of Some* menurut Regina Luttrell dalam bukunya *social media*.²⁶

a. *Share* (Membagikan)

Media sosial melalui jaringan sosial membantu semua orang untuk berhubungan dengan orang lain, berbagi minat dan keyakinan yang sama. Organisasi atau perusahaan yang menggunakan strategi jaringan spesifik yang berpartisipasi dalam percakapan tersebut mampu bersosialisasi secara online dengan target sasarannya. Situs yang dianggap sebagai situs berbagi yaitu facebook, instagram, youtube, twitter.

Menjadi daftar lingkup dari semua situs berbagi web sosial, tapi bukan untuk memberikan pemahaman tentang jenis situs yang akan dikategorikan *sharing*. Ini bisa juga dijadikan menjadi jaringan bisnis atau memberikan informasi kegiatan tentang instansi lembaga berupa *photo sharing* di instagram, video (Youtube). Intinya adalah dimana pemirsa saya? Jaringan apa yang mereka gunakan? Dimana kita harus berbagi konten? Sangat penting bagi praktisi sosial media untuk memahami bagaimana dan dimana konsumen mereka berinteraksi. Ini adalah kesempatan perusahaan untuk menghubungkan, membangun kepercayaan, dan mengidentifikasi saluran yang memungkinkan interaksi yang tepat.

²⁶ Ajeng Jayanti dkk. "Pemilihan Akun Media Sosial Instagram oleh Holiday Inn Bandung", *Jurnal The Messenger*, Vol 9, No 2, (Juli 2017), 157



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Optimize (Mengoptimalkan)

Untuk mengoptimalkan pesan, organisasi harus mendengarkan apa yang dikatakan dan belajar dari percakapan yang dibagikan. Namun percakapan yang mereka punya akan lebih baik jika kamu sebagai praktisi merupakan bagian dari mereka. Alat seperti *social mentions* memungkinkan organisasi untuk melacak dan mengukur secara *real time* percakapan yang sedang dibicarakan tentang anda, perusahaan anda, produk yang anda buat dan hampir semua topik yang dibahas di ranah media sosial. Dengan hanya memberitahu tentang apa yang dikatakan tentang organisasi anda dan tentang jaringan sosial apa percakapan berlangsung. Akan lebih mudah untuk berpartisipasi dalam pertukaran *authentic* antara konsumen bisnis anda. Apakah ada masalah yang perlu ditangani? Jenis konten apa yang harus dibagikan? Apakah kita memiliki orang yang berpengaruh terhadap perusahaan dan pendukung? Dimana kita sedang berbincangan dan bagaimana? Mengoptimalkan setiap rekaman percakapan adalah hal yang terpenting. Sebuah rencana komunikasi yang kuat yang dioptimalkan dengan baik menghasilkan dampak maksimum pada pesan, brand, dan juga nilai.

c. Manage (Mengelola)

Percakapan yang terjadi pada situs sosial terjadi dengan cepat dalam hitungan detik. Konsumen yang datang untuk mengharapkan tanggapan cepat dan jawaban dari praktisi PR dan strategi sosial media yang mengelola kehadiran online. Tanggapan konsumen dibatasi oleh ketersediaan waktu pada hari tertentu. Perusahaan seringkali mungkin tidak memiliki cukup sumber daya untuk memantau dan mengelola kehadiran sosialnya. Dari berbagai sumber dibeberapa jaringan ke satu tempat dalam upaya memantau dan mengelola apa yang sedang disebutkan di web sosial yaitu *social media dashboard*. Diantara yang paling populer dan paling banyak digunakan yaitu alat *tweetdeck* dan *hootsuite*. Dengan menggabungkan alat ini komunikasi perusahaan dapat tetap mengikuti percakapan menanggapi konsumen secara real



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

time, mengirim pesan pribadi, berbagi link berita perusahaan dan memperbaharui post blog serta memonitor perbincangan sedang ini. Alat seperti ini menginginkan perusahaan mudah terlibat dengan konsumen ataupun masyarakat. Apa pesan yang relevan yang harus kita kelola, pantau, dan ukur? Dengan mengatur sistem manajemen media seperti dengan Perusahaan hootsuite dimana dapat terus mengikuti percakapan yang terjadi di real-time, menanggapi konsumen langsung, mengirim pesan pribadi, berbagi link, memantau percakapan dan mengukur keberhasilan/kegagalan. Matriks merupakan bagian integral dalam mengelola strategi sosial. Sebagai praktisi kita harus menggambarkan nilai upaya dan melaporkan kembali ke tingkat eksekutif.

d. Engage (Mengajak)

Proses *engage* dilakukan dengan membuat konten yang menarik agar dapat menghibur dan berinteraksi dengan *followers*. Siapa yang harus kita libatkan dan bagaimana? Apakah kita ingin konsumen untuk mengambil tindakan pada apa yang telah kita bagikan? Jika demikian, apa yang kita ingin mereka lakukan? Mengolah strategi engagement merupakan hal yang sulit, tetapi ketika perusahaan menyadari manfaat dari keterlibatan otentik hubungan yang tepat dapat dibangun.

2. Internet di Indonesia

Internet di Indonesia bermula pada tahun 1990-an. Awalnya adalah proyek hobi dari sejumlah orang yang tertarik membangun jaringan komputer. Rahmat M. Samik-Ibrahim, Suryono Adisoemarta, Muhammad Ihsan, Robby Soebiakto, Putu Surya, Firman Siregar, Adi Indrayanto, Onno W. Purbo adalah nama-nama yang kerap disebut di awal sejarah internet di negeri ini.²⁷

Wabah internet mulai mengemuka di publik saat jasa layanan internet komersil pertama yaitu Indonet berdiri pada 1994 Selanjutnya,

²⁷ J. Heru Margianto, Asep Syaefullah, (Media Online: Antara Pembaca, laba, dan Etika). (Jakarta: Aji Indonesia). 15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengukuhkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak ada catatan yang akurat sejauh ini mengenai situs pertama Indonesia yang tayang di dunia maya. Catatan tentang media pertama yang hadir di internet jauh lebih pasti yaitu Republika Online (www.republika.co.id) yang tayang perdana pada 17 Agustus 1994, satu tahun setelah Harian Republika terbit. Berikutnya, pada 1996 awak tempo yang “menganggur” karena majalah mereka dibredel rezim orde baru pada 1994 mendirikan tempointeraktif.com (sekarang www.tempo.co).²⁸

Bisnis Indonesia juga meluncurkan situsnya pada 2 September 1996. Selanjutnya, jauh dari Jakarta, pada 11 Juli 1997, Harian Waspada di Sumatera Utara meluncurkan Waspada Online (www.waspada.co.id). Tak lama setelah Waspada Online, muncul Kompas Online (www.kompas.com) pada 22 Agustus 1997. Merekalah generasi pertama media online di Indonesia. Kontennya hanya memindahkan halaman edisi cetak ke internet, kecuali [tempointeraktif](http://tempointeraktif.com) yang tidak lagi memiliki edisi cetak. Pada tahun-tahun ini berita-berita yang tayang di situs-situs media online itu bersifat statis. Internet pun belum begitu populer di tanah air. Selain itu, situs-situs berita itu belum berorientasi bisnis.²⁹

Sejumlah petinggi media tersebut yang dihubungi AJI Indonesia bercerita tentang konsep awal mereka terjun ke online. Edi Taslim, Vice Director PT Kompas Cyber Media, menceritakan, konsep awal Kompas Online hanya memindahkan konten *Harian Kompas* ke internet. Redaktur tempo.co (Nama baru tempointeraktif.com), Widiarsi Agustina, mengemukakan tempointeraktif.com bukan merupakan versi online dari *Majalah Tempo* yang dibredel tahun 1994. Namun, seperti halnya majalah, tempointeraktif.com di-update mingguan. Daru Priyambodo, Pemimpin Redaksi tempo.co, mengemukakan hal yang sama. Media-media online yang muncul pada tahun-tahun pertama ini sebenarnya hanya salinan dari versi cetak. Mereka belum memiliki model bisnis yang dirancang untuk menghasilkan laba karena media ini dilahirkan sebagai simbol prestise.³⁰

²⁸ Ibid, 15-16

²⁹ Ibid, 16

³⁰ Ibid, 16-17

Dari tahun ketahun, penggunaan komputer dan internet terus meningkat. Saat itu sudah 149 juta orang diseluruh dunia yang menggunakan fasilitas internet dan diperkirakan pertumbuhan internet mencapai 12% perbulan. Tujuan dan perilakunya pun berbeda. Umumnya orang dewasa menggunakan internet sebagai bagian dari pekerjaan dan untuk mendapatkan informasi, sedangkan anak-anak mengakses internet untuk kebutuhan hiburan, seperti *game*, musik, dan berkenalan dengan orang lain.

3. Bentuk-Bentuk Media Sosial

a. Facebook

Facebook adalah salah satu jejaring sosial sebagai media komunikasi dalam dunia maya. Facebook sudah tidak asing lagi bagi sebagian orang. Pengguna facebook ini tidak mengenal usia dan diminati oleh semua kalangan mulai dari anak-anak remaja sampai orangtua, siswa sampai mahasiswa, pengusaha sampai pejabat tinggi. Facebook ini dapat memudahkan seseorang untuk menjalin komunikasi dan bersosialisasi dengan siapa saja dan dimanapun mereka berada. Facebook menyediakan fasilitas seperti menerbitkan status, mengirim testi atau memberi komentar, menggunakan fasilitas chatting, berkirim pesan, berbagi foto dan bisa membuat album foto dan video.³¹

Tidak hanya itu banyak manfaat yang didapatkan dari Facebook tersebut. Manfaatnya antara lain sebagai tempat untuk mencari teman, tempat promosi, tempat diskusi, tempat untuk menjalin hubungan, sebagai tempat belajar dan bermain, disamping itu juga bisa digunakan untuk mempelajari ilmu-ilmu yang belum pernah ditemukan sebelumnya.³²

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

³¹ Elsa Nugraheni, dkk, Efektivitas teknik manajemen waktu untuk mengurangi kecanduan jejaring sosial facebook, *Jurnal program studi bimbingan dan konseling Vol 4, No 1* (Juni 2016), 13

³² Ibid, 14



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Instagram

Instagram adalah media yang memberi kemudahan cara berbagi secara online oleh foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka. Menurut situs Instagram, aplikasi Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Aplikasi ini dirilis pada Oktober 2010. Instagram merupakan aplikasi yang untuk berbagi foto atau gambar kepada teman-teman sesama pengguna Instagram. Foto-foto di Instagram dapat dijadikan kenangan untuk bisa dilihat untuk kedepannya, dapat mengekspresikan keadaan yang sedang terjadi dan telah terjadi. Pengguna media sosial Instagram menginginkan reaksi dari teman-teman mereka dan saling memberikan komentar dan *like* dari foto maupun video yang diunggah. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Instagram adalah jejaring sosial yang digunakan sebagai tempat menyebarkan dan berbagi informasi, berinteraksi dengan orang banyak, serta dapat mengenal lebih dekat dengan sesama pengguna Instagram melalui foto-foto, video yang diunggah.³³

c. Twitter

Twitter adalah suatu situs web yang merupakan layanan dari *microblog*, yaitu suatu bentuk *blog* yang membatasi ukuran setiap post-nya, yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk dapat menuliskan pesan dalam *twitter update* hanya berisi 140 karakter. Menurut Zarela dalam Setyani *twitter* merupakan salah satu jejaring sosial yang paling mudah digunakan, karena hanya memerlukan waktu yang singkat tetapi informasi yang disampaikan dapat langsung menyebar secara luas. *Twitter* adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter Inc* yang dibentuk pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey.³⁴

³³ Eureka Intan Innova, *Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia*, Jurnal E-Komunikasi, VOL 4. NO.1 (Tahun 2016), 4-5

³⁴ Ayu Widya Puspita, *Analisis penggunaan media sosial twitter oleh pejabat publik dalam penerapan good governance (Studi terhadap akun lampung, Gubernur Jawa Tengah dan Wali Kota Bandung)*, Skripsi, Universitas Lampung. 2016, 28

D. Media Sosial Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “*insta*” berasal dari kata “*instan*”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto *instan*”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara *instan*, seperti Polaroid didalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*” yang kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan gabungan dari kata *instan* dan *telegram*.³⁵

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki 5 menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah yaitu sebagai berikut:³⁶

d. Home page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah keatas seperti saat *scroll mouse* di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

e. Comments

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentar di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar dibawah foto,

³⁵Meutia Puspita sari, “Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam”, *Jurnal Risalah Vol 4, No.2* (2017), 5-6

³⁶Fifit Difika, *Dakwah Melalui Instagram*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016, 15-16



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol *send*.

c. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

d. Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah *follower* dan jumlah *following*.

e. *News feed*

News feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu "*following*" dan "*news*". Tab "*following*" menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna *follow*, maka tab "*news*" menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul ditab ini.

Sistem perteman di Instagram menggunakan istilah *following* dan *followers*. Yang artinya *following* berarti mengikuti pengguna, dan *followers* berarti pengguna lain yang mengikuti akun. Setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon (*feedback*) dengan *like* (suka) terhadap foto yang dibagikan.

2. Sejarah Instagram

Instagram berdiri pada tahun 2010 perusahaan Burbn, nc. Merupakan sebuah teknologi star-up yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 mobile (Hypertext Markup Language5) namun kedua (Chief Executive Officer), Kevin Systrom dan juga Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja.³⁷

Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama Burbn, namun di dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final, aplikasi yang sudah dapat digunakan di dalam iPhone, yang dimana isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya menjadi awal mulai munculnya media sosial Instagram.³⁸

Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dari kecepatannya dalam berbagai foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 *filter* foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan *follow*, *like*, foto dan *popular* yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda.

Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi Instagram. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah bisa melalui kamera ataupun di album ponsel. Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki.

³⁷ Monica Utari, "Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya", *Jurnal Vol. 4, No. 2* (Oktober 2017), 9

³⁸ Ibid, 10

E. Komunikasi Eksternal

1. Pengertian Komunikasi Eksternal

Komunikasi Eksternal adalah komunikasi dengan masyarakat atau publik, yang bertujuan untuk menciptakan gambaran perusahaan yang positif dimata masyarakat. Komunikasi eksternal menurut Onong U. Effendy merupakan komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Sementara itu, Suranto AW memberikan pengertian bahwa komunikasi eksternal merupakan proses komunikasi antara sebuah organisasi dengan pihak-pihak diluar organisasi (*public eksternal*). Sebagaimana diketahui bahwa keberadaan suatu organisasi pasti memerlukan bantuan, partisipasi, kepercayaan dan kerjasama dengan lingkungan sekitarnya, baik dari organisasi lain maupun masyarakat umum.³⁹

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam bukunya ilmu komunikasi teori dan praktik mengatakan komunikasi eksternal terdiri atas dua jalur secara timbal balik, yakni komunikasi dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organisasi.⁴⁰

1) Komunikasi dari organisasi kepada khalayak

Pada umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa, sehingga khalayak memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin. Kegiatan ini sangat penting dalam usaha memecahkan suatu masalah jika terjadi tanpa diduga.

2) Komunikasi dari khalayak kepada organisasi

Komunikasi dari khalayak kepada organisasi sebaliknya merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi. Jika informasi yang disebarkan kepada khalayak itu menimbulkan efek yang sifatnya *controversial* (menyebabkan adanya yang pro atau kontra di kalangan khalayak). Maka ini disebut opini publik. Opini publik ini sering kali merugikan

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

³⁹ Onong Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2006), 28
⁴⁰ Ibid, 128-130



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

organisasi, karenanya harus diusahakan agar segera dapat diatasi dalam arti kata menimbulkan permasalahan.

Komunikasi eksternal merupakan kegiatan yang dilakukan oleh *Eksternal Public Relations* dalam menjalin suatu hubungan dengan khalayak diluar organisasi atau perusahaan.⁴¹ Menurut Kustadi Suhandang, hubungan dengan publik diluar perusahaannya merupakan suatu keharusan yang mutlak. Sesuai sifatnya, dalam masyarakat modern tidak akan ada kemungkinan bagi seorang insan atau suatu badan bisa hidup menyendiri. Masing-masing akan membutuhkan satu sama lain. Seperti halnya perusahaan, tidak akan mungkin bisa hidup kalau dia tidak bisa mendatangkan bahan baku, kemudian menyalurkan dan memasarkan hasil produksinya.⁴²

Semua komunikasi dengan publik eksternal hendaknya dilakukan perusahaan secara informatif dan persuasif. Informasi hendaknya diberikan secara jujur, teliti, sempurna dan berdasarkan fakta yang sebenarnya. Secara persuasif komunikasi dapat dilaksanakan atas dasar membangkitkan perhatian komunikan, sehingga timbul rasa tertarik akan pesan atau barang yang disodorkan kepadanya. Dengan cara penyajian yang bijaksana akan timbul keinginan publik untuk mencoba memiliki atau menerima pesan itu. Dengan keputusannya itu akhirnya mereka mengambil sikap atau bertindak membeli barang itu atau menerima pesan tersebut.⁴³

Menurut Elvinaro Ardianto, *Eksternal Relations* (hubungan eksternal) adalah kegiatan *public relations* yang melakukan hubungan publik eksternal organisasi atau perusahaan, seperti pers, pendidikan, komunitas, dan para pembuka pendapat.⁴⁴ Elvinaro Ardianto juga

⁴¹ Onong Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2003), 77

⁴² Ibid, 79

⁴³ Ibid, 80

⁴⁴ Elvinaro Ardianto, *Handbook of Public Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), 105

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengatakan ada 9 kegiatan hubungan eksternal *public relations*, antara lain:⁴⁵

- 1) Hubungan distributor- *Dealer*
- 2) Hubungan pemasok
- 3) Hubungan komunitas
- 4) Hubungan pendidikan
- 5) Hubungan pemerintah
- 6) Hubungan legislatif
- 7) Organisasi hubungan pemerintah
- 8) Lobi dan hubungan pemerintah
- 9) Hubungan konsumen / pelanggan

2. Tujuan komunikasi eksternal

Tujuan umum dari komunikasi eksternal ini terutama sekali adalah untuk memberikan informasi kepada sejumlah besar orang mengenai organisasi atau lembaga, misalnya mengenai aktivitas-aktivitas organisasi, hasil-hasil yang diperoleh, mutu dari produk atau jasa organisasi, fasilitas-fasilitas yang tersedia. Keunggulan apa saja yang dimiliki dan lain sebagainya. Selain itu kegiatan ini juga bertujuan untuk menjalin hubungan antara organisasi dengan pihak diluar organisasi seperti pemakai jasa organisasi, instansi-instansi lain yang berkepentingan dan juga masyarakat umum. Tujuan-tujuan tersebut berhubungan satu sama lain dan sulit untuk dipisahkan. Kadang-kadang walaupun suatu presentasi komunikasi eksternal dilaksanakan dengan satu tujuan tertentu akan tetapi tujuan yang lain juga bisa ikut tercapai.⁴⁶

3. Komunikasi Eksternal Lembaga

Arni Muhammad menyatakan bahwa organisasi sebagai sistem terbuka harus berhubungan dengan lingkungan luarnya, terutama sekali dengan pihak-pihak yang berpengaruh terhadap kehidupan organisasi tersebut. Misalnya saja dengan badan pemerintahan, pemakai jasa atau pengguna produk, organisasi-organisasi lain yang berkepentingan dan lain

⁴⁵ Ibid, 106-113

⁴⁶ Suranto AW, *Komunikasi Perkantoran*, (Yogyakarta: Media Wacana, 2005), 123-124

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagainya. Salah satu cara untuk mengadakan hubungan ini adalah dengan berkomunikasi. Kegiatan komunikasi ini bisa dilakukan dengan tatap muka secara langsung, tertulis maupun melalui media-media tertentu. Kegiatan komunikasi dari organisasi kepada khalayak pada umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin dengan organisasi atau lembaga yang bersangkutan. Kegiatan ini sangat penting dalam usaha memecahkan suatu masalah jika terjadi tanpa diduga. Karena dengan adanya hubungan baik sebagai akibat kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi, maka masalah yang dijumpai kemungkinan besar tidak akan terlalu sulit untuk dicarikan jalan keluarnya.⁴⁷

Dalam suatu perkembangan penting hubungan masyarakat terjadi dalam hubungan yang lebih erat antara perusahaan, asosiasi, dan perserikatan dengan pemerintah dan keterlibatan yang lebih besar dari lembaga-lembaga swasta dalam permasalahan masyarakat. Kepentingan organisasi dan pemerintah menjadi satu dengan keuntungan mereka, dan suatu organisasi tidak menganggap pemerintah sebagai lawan tetapi sebagai mitra kerja. Humas itu memiliki hubungan dengan komunitas. Komunitas adalah sekelompok orang yang hidup di tempat yang sama, dan mempunyai kebudayaan dan sejarah yang umumnya turun temurun. Orang-orang yang hidup dalam komunitas dan lembaga-lembaganya membuat mereka saling bergantung satu dengan lainnya. Mereka tidak dapat menikmati kehidupan yang baik tanpa lembaga-lembaga tersebut begitu juga sebaliknya.⁴⁸

F. Perencanaan Publikasi

Perencanaan seorang humas merupakan konsep yang mengacu kepada pemahaman mengenai langkah dan persiapan awal untuk perencanaan dan

⁴⁷ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 26

⁴⁸ Moore, Frazier. *Hubungan Masyarakat prinsip, kasus, dan masalah*, (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 1988), 60

merancang mengenai pengorganisasian humas sebagai bagian atau divisi didalam organisasi. Horold Koontz dan Heinch Weichrich menjelaskan tahapan perencanaan didalam suatu perusahaan atau organisasi meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Ciptakan peluang
- 2) Tetapkan sasaran dan tujuan
- 3) Pertimbangkan unsur-unsur perencanaan
- 4) Identifikasi alternatif
- 5) Lakukan perbandingan didalam mencari tujuan
- 6) Pilih salah satu alternatif
- 7) Rumusan dukungan perencanaan
- 8) Rincian biaya perencanaan

Begitu pentingnya sebuah perencanaan dalam melakukan tugas kehumasan agar dapat menjelaskan kepada publik akan kepentingan perusahaan, menyampaikan informasi mengenai perusahaan, dan agar dapat citra yang positif di masyarakat.

Tujuan dari proses perencanaan program kerja untuk mengelola berbagai aktivitas humas tersebut dapat diwujudkan jika terorganisasi dengan baik melalui manajemen humas yang dikelola secara professional dan dapat dipertanggung jawabkan hasil atau sasarannya. Hal tersebut juga dapat diwujudkan jika ada pertukaran pendapat, pesan, dan informasi yang jelas, serta mudah dimengerti kedua belah pihak yang terlibat, dimana pertukaran informasi dilakukan melalui sistem saluran atau media yang bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk kegiatan atau aktivitas komunikasi dua arah timbal balik sehingga diperoleh penyampaian umpan balik (*feed back*) yang positif.

Keufman menyatakan perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan kemana harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ketempat tersebut dengan cara yang paling

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikat kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.⁴⁹

Rencana (*planning*) dapat berupa rencana informal ataupun rencana formal. Rencana informal adalah rencana-rencana yang tak tertulis dan bukan merupakan dari tujuan bersama anggota organisasi. Sedangkan definisi dari rencana formal adalah rencana yang tertulis yang harus dilaksanakan oleh organisasi dalam jangka waktu tertentu.⁵⁰

Dalam Publikasi arus informasi menjadi hal yang sangat penting. Pusat perhatian dari komunikasi dalam publikasi adalah kecanggihan dalam mengolah dan menyebarkan informasi. Oleh sebab itu yang menjadi poin penting disini adalah persoalan informasi yang diolah dan disebarluaskan. Informasi inilah yang sesungguhnya dikomunikasikan kepada publik dari organisasi yang bersangkutan. Informasi adalah berbagi macam berita, materi yang berisikan riwayat, berbagai kegiatan, fungsi, cara kerja lengkap yang harus diketahui oleh orang lain atau masyarakat.⁵¹

Salah satu kegiatan humas adalah publikasi. Publikasi itu sendiri adalah kegiatan untuk menceritakan kepada masyarakat luas tentang kegiatan yang dilakukan oleh suatu instansi. Dengan publikasi dapat menghasilkan suatu citra dan itu berhubungan dengan informasi memadai yang di peroleh publik.

Salah satu kegiatan yang sering dilakukan humas adalah publisitas, yaitu kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi atau perusahaan dimedia Massa. Dengan kata lain publisitas adalah upaya orang atau organisasi agar kegiatannya diberitakan dimedia Massa. Publisitas lebih menekankan kepada proses komunikasi dua arah. Sedangkan humas adalah

⁴⁹ Annisa Citra Triyandra, "Perencanaan Komunikasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Smart City, *Jurnal*, Vol 4 No 2 (Oktober 2017)

⁵⁰ Sora N, "Pengertian Perencanaan", dalam <http://www.pengertianku.net/2014/07/pengertian-perencanaan-planning.html> (diakses 13 februari 2019)

⁵¹ Aswad Ishak, "Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi", *Jurnal Komunikasi*, Vol 1, No 4 (Januari 2012), 373-380

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikat kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menekankan kepada proses komunikasi dua arah. Publisitas merupakan salah satu alat dalam kegiatan humas namun, humas tidak akan dapat berbuat banyak tanpa publisitas.⁵²

Salah satu kunci untuk publikasi adalah nilai berita. Nilai berita tersebut menjadi acuan dalam merancang kegiatan atau menunjukkan dimensi-dimensi kegiatan yang dilakukan organisasi supaya mendapatkan perhatian media massa. Apalagi bila organisasi tersebut secara kreatif menyelenggarakan kegiatan yang inovatif dan bisa menarik perhatian banyak orang sehingga peristiwa itu menarik perhatian media massa. Bahkan bisa jadi akan menjadi bahan percakapan dimana-mana, nilai publikasinya akan semakin tinggi.⁵³

Dalam sebuah instansi atau lembaga peran humas sangat penting salah satunya untuk membangun komunikasi eksternal. Sebagai sebuah profesi seorang humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi tersebut. Komunikasi eksternal bisa dilakukan dengan media sosial. Media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan atau lembaganya. Media sosial yang digunakan oleh Humas Polda Riau untuk membangun komunikasi eksternal adalah salah satunya Media sosial Instagram.

Berdasarkan teori tersebut dapat dikatakan bahwa aktivitas-aktivitas humas polda riau yang di posting di media sosial yang mana salah satunya akun instagram yaitu @humaspolda_riau yang cukup banyak diikuti oleh masyarakat yaitu sekitar 35.000 orang. Media sosial ini ketika dilihat oleh masyarakat mampu mengarahkan perhatian masyarakat terhadap sesuatu yang di posting oleh humas polda riau di instagram tersebut. Dan itu akan menjadi agenda di masyarakat.

⁵² Morissan, MA, "Manajemen public relations Strategi Menjadi Humas Profesional", (Jakarta: Kencana, 2008), 15

⁵³ Yosai Iriantara, "Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Praktik", (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2011), 190

G. Kajian Terdahulu

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam penelitian ini, ada beberapa penelitian terdahulu yang penulis jadikan sebagai tinjauan pustaka untuk menjadi bahan referensi dan sebagai perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Diantaranya yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Ismail Idrus, Fakultas dakwah dan komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas UIN Alauddin Makassar Dengan judul Skripsi “*Aktivitas Humas Polrestabes Makassar Dalam Membangun Citra Polisi*”.⁵⁴ Dari skripsi Ismail Idrus ini menyimpulkan bahwa Aktivitas Humas Polrestabes Makassar dalam membangun citra polisi baik di dalam instansi ataupun di luar instansi yakni humas berupaya memberikan informasi terkait kegiatan Polrestabes Makassar, mengoptimalkan pelayanan yang buruk terhadap kritikan publik dari segi internal dan eksternal agar terciptanya *feedback* yang berupa citra dan berupaya memaksimalkan kinerja kerjanya, pegerakan humas berupaya memberikan yang terbaik oleh masyarakat, informasi, pelayanan, kerjasama dari berbagai media dan instansi lain, dan sosialisasi terhadap masyarakat salah dampak yang baik terhadap bentuk dukungan yang mendasar dalam upaya membangun citra.

Adapun persamaan penelitian Ismail diantaranya sama-sama menggunakan metode penelitian Kualitatif. Selain itu juga sama-sama membahas Aktivitas Humas. Sementara perbedaanya teletak pada objek penelitiannya. Skripsi Ismail memfokuskan aktivitas humas dalam membangun citra polisi sedangkan peneliti memfokuskan aktivitas humas pada dalam menggunakan media sosial untuk membangun komunikasi eksternal.

Penelitian yang dilakukan oleh Lena Satlita dengan judul jurnal “*Aktivitas Public Relations Dalam Rangka Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa*”. Dari jurnal Lena menyimpulkan bahwa Jefkins mengungkapkan tak seorangpun yang berhak mendikte apa yang harus

⁵⁴ Ismail Idrus, “Aktivitas Humas Polrestabes Makassar Dalam Membangun Citra Polisi” skripsi, universitas UIN Alauddin Makasar 2017

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikat kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diterbitkan oleh media massa. Suatu institusi tidak bisa memaksa media massa maupun untuk menulis atau tidak menulis tentang dirinya. Di era keterbukaan, era informasi, era persaingan seperti sekarang ini, membuka diri atau saluran informasi pada pers jauh lebih baik dari pada menutup diri. Tidak ada jalan lain bagi suatu institusi, selain mengefektifkan fungsi dan peran *public relationsnya* dalam berhubungan dengan media massa, agar institusi memperoleh nilai lebih dari hubungan tersebut melalui publikasi positif yang akan membentuk persepsi positif masyarakat. Melalui aktivitas *public relations* yang terencana dalam membina hubungan baik dengan media massa, akan dapat dibangun citra dan reputasi positif suatu institusi di mata masyarakat khususnya sasaran khalayaknya.⁵⁵

Adapun persamaan penelitian peneliti Lena Satlita diantaranya sama-sama ingin tahu aktivitas *public relations* (Humas). Sementara perbedaannya penelitian jurnal Lena lebih memfokuskan membina hubungan baik dengan media massa sedangkan peneliti memfokuskan aktivitas humas dalam menggunakan sosial media.

Penelitian yang dilakukan oleh Salt Masitoh, NIM 14419144010 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta. Dengan judul jurnal “*Strategi Komunikasi Eksternal Humas Polda di Yogyakarta Dalam Mengelola Citra Positif Institusi*”. Dari jurnal Salt Masitoh menyimpulkan bahwa Strategi komunikasi eksternal Humas Polda di Yogyakarta dalam mengelola citra positif institusi dengan berbasis kemitraan dan media sosial. Kemudian, pihak-pihak yang menjadi sasaran komunikasi eksternalnya yaitu masyarakat, humas institusi atau lembaga yang terkait dan media. Sementara media yang digunakan dalam menjalankan strategi komunikasi eksternalnya ialah media mainstream, media sosial, media massa, dan kanal digital *Youtube*. Media komunikasi eksternal tersebut dikelola secara intensif. Setiap anggota dituntut untuk selalu *up to date* dan bisa menyesuaikan dengan perkembangan zaman yang ada. Informasi dan

⁵⁵ Lena Satlita, “Aktivitas Public Relations Dalam Rangka Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa”, *Jurnal* (Yogyakarta), 18

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pesan yang akan dipublikasikan harus dikoordinasikan dan dikonfirmasi terlebih dahulu kebenarannya. Pengelolaan berdasarkan petunjuk dan arahan dari Kepala Bidang Humas (Kabid Humas).⁵⁶

Adapun persamaan penelitian peneliti Salt Masitoh diantaranya sama-sama meneliti humas polda dan komunikasi eksternal dan juga jenis penelitiannya sama-sama jenis penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya di objek penelitian Salt Masitoh berada di Yogyakarta sedangkan peneliti berada di Riau (Pekanbaru).

Penelitian yang dilakukan oleh Riandiantika Rinaldi dan Riza Hernawati Universitas Islam Bandung. Dengan judul *jurnal "Aktivitas Digital PR Humas Kota Bandung Sebagai Media Informasi dan Publikasi"*.⁵⁷ Dari jurnal Riandintika dan Riza menyimpulkan bahwa Konsep kehumasan yang diterapkan dalam implementasi digital PR Humas Bandung melalui akun Instagram @humasbdg adalah branding, membangun hubungan dengan khalayak, meningkatkan citra positif, dan reputasi telah ditampilkan oleh Humas Bandung dalam bentuk unggahan yang berisikan informasi seputar kegiatan Pemerintah Kota Bandung yang positif dan prestasi-prestasi yang diraih Pemerintah Kota Bandung maupun Humas Bandung. Sebagai fungsi dalam membranding Kota Bandung sebagai kota "Smart City".

Adapun persamaan penelitian peneliti Riandintika dan Riza diantaranya sama-sama membahas *public relations* (Humas) dan juga jenis penelitiannya sama-sama jenis penelitian kualitatif. Sementara perbedaannya terletak pada objek penelitiannya dan juga jurnal Riandintika dan Riza memfokuskan Aktivitas Digital PR Humas Kota Bnadung sebagai Media Informasi dan Publikasi. Sedangkan peneliti lebih memfokuskan Aktivitas Humas Polda dalam menggunakan Media Sosial untuk Membangun Komunikasi Eksternal.

⁵⁶ Salt Masitoh, "Strategi Komunikasi Eksternal Humas Polda di Yogyakarta dalam Mengelola Citra Positif Institusi", *Jurnal* (Juli 2018), 13-14

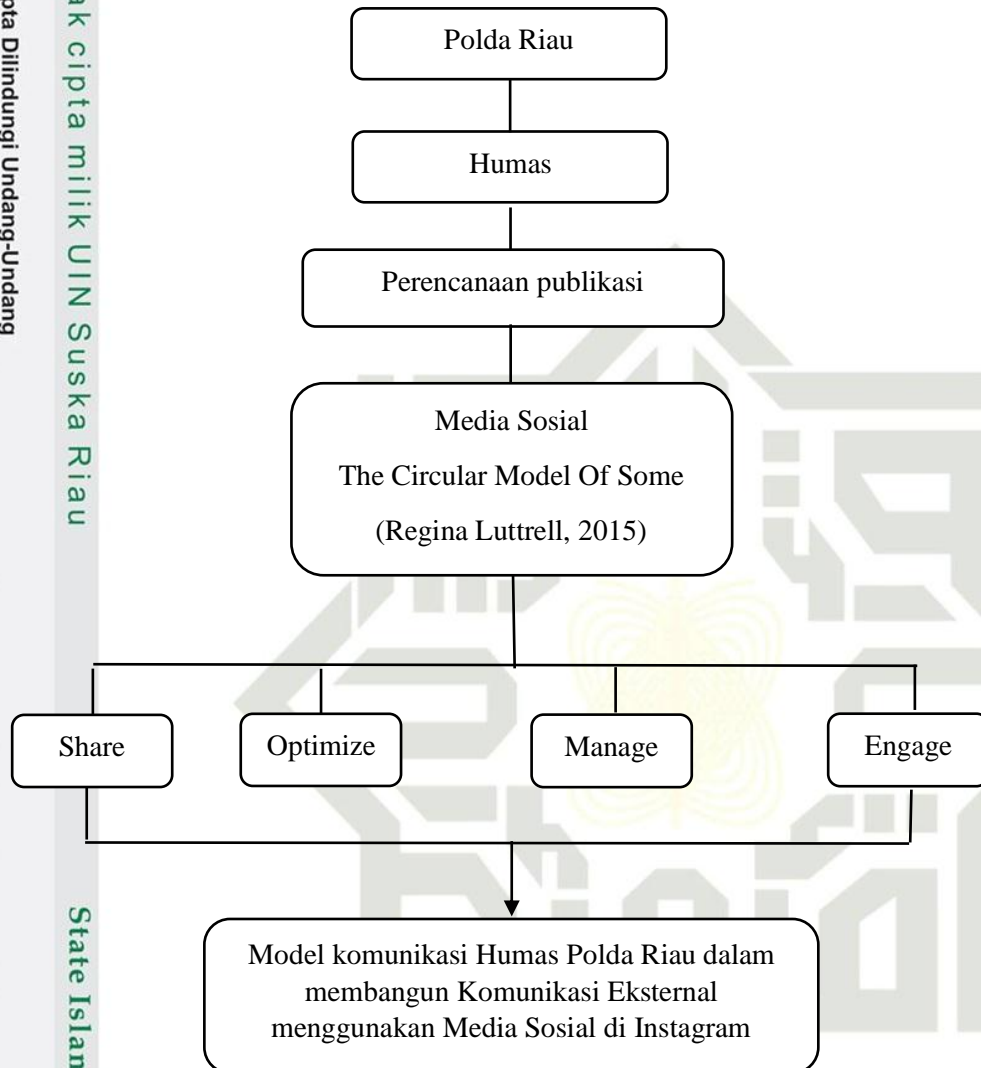
⁵⁷ Rindiantika & Riza, "Aktivitas Digital PR Humas Kota Bandung Sebagai Media Informasi dan Publikasi", *Jurnal*, Vol 5 No 2 (2019)

H. Kerangka Pemikiran

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata gambar-gambar dan bukan angka. Data-data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumentasi pribadi, catatan, atau memo dan dokumentasi lainnya.⁵⁸

Penelitian ini ditunjukkan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku membuat perbandingan evaluasi. Menentukan apa saja yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.⁵⁹

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Polda Riau (BidHumas) yang beralamat Jl. Sudirman No.235 Pekanbaru. Waktu Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2019.

C. Sumber Data

Sumber data sangat ditentukan oleh metodologi riset kualitatif adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁶⁰ Dalam penelitian ini sumber data digunakan yaitu:

⁵⁸ Lexy J.Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2005), 155
⁵⁹ Jalaluddin Rahmat, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), 24
⁶⁰ Rahmat Kriyanto, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 96

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak mengikat kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama lapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek riset, dari hasil wawancara.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data ini juga dapat di peroleh dari data primer penelitian terdahulu telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti table, grafik, diagram, gambar, observasi, maupun dokumentasi dan sebagainya sehingga menjadi informative bagi pihak lain.⁶¹

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan merupakan orang yang benar-benar memahami atau yang mengetahui permasalahan yang akan diteliti.⁶² Informan dipilih dan ditentukan berdasarkan pertimbangan tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini terdapat tiga informan yaitu informan utama adalah Anggia sebagai Banum Lipproduk dan Antoni sebagai Banum Lipproduk, dan informan pendukung Yulius sebagai Kasubbid Penmas.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data, yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan untuk memahami, mencari jawaban dan bukti terhadap gejala, peristiwa, kejadian atau realitas yang diteliti baik berupa perilaku, keadaan, benda maupun silmbol-simbol tertentu. Terdapat beberapa

⁶¹ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Kencana Media Group, 2007), 41
⁶² Lexy J.Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2005), 9

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

observasi yaitu tempat, pelaku, kegiatan objek, perbuatan atau peristiwa, waktu dan perasaan.⁶³

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan pada responden. Wawancara bermakna berhadapan langsung antara interviewer dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan.⁶⁴

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara menyalin atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip dari lembaga yang diteliti.⁶⁵

Dengan hal ini dokumentasi yang akan peneliti lakukan adalah memperoleh mengumpulkan data dari pihak Bidang Humas Polda Riau dan juga mengambil gambar yang dapat menunjukkan kegiatan yang berhubungan dengan cara aktivitas humas polda dalam membangun komunikasi eksternal menggunakan media sosial Instagram.

F. Validitas Data

Teknik yang digunakan penelitian untuk mengetahui validitas data dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Menurut Moleong triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk membandingkan, yaitu penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori dalam penelitian kualitatif. Teknik triangulasi data adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi

⁶³ Elvinaro Ardianto, *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kualitatif dan Kuantitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2011), 166

⁶⁴ Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006),

⁶⁵ Nasution Kriyanto, *Metodologi Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 43

kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan.⁶⁶

Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif ini, karena dalam menganalisa data yang dikumpulkan data tersebut berupa informasi uraian dalam bentuk prosa yang kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran, data berupa kejelasan-kejelasan bukan dengan angket.⁶⁷

Setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengeolahan data dengan metode kualitatif, setelah itu dianalisis secara kualitatif dengan langkah-langkah berikut:

1. Klarifikasi yakni mengelompokkan data sesuai topik pembahasan
2. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang kurang relevan
3. Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik-topik pembahasan
4. Menarik kesimpulan, yaitu merangkap uraian-uraian penjelasan kedalam susunan yang singkat dan padat

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif yaitu yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka serta dijelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁶⁶ Moleong, Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung :Remaja Rosdakarya, 2008), 9

⁶⁷ Joko, Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 96

BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Polda Riau

Provinsi Riau berdiri pada tahun 1958 dengan dikeluarkannya undang-undang No 60 tahun 1958 tentang pembentukan daerah Provinsi Riau dengan Ibu Kota Provinsi Tanjung Pinang, untuk menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pada tahun 1958 Kepala Satuan Angkatan Darat (KASAD) selaku penguasa perang pada saat itu menunjuk Mayor PN Poernomo sebagai kepala kepolisian sementara Provinsi Riau.

Berdasarkan keputusan perdana menteri No Pol 75/71/1958 PM terpantau pada tanggal 26 maret 1958 ditetapkan komisaris besarpolisi (Kombes Pol) R Sadikoen sebagai Kepolisian Komisariat Riau yang berkedudukan di Tanjung Pinang. Saat itu Kepolisian Komisariat Riau terdiri dari Polres Kampar yang bermarkas di Pekanbaru, Polres Inhil bermarkas di Rengat, Polres Bengkalis bermarkas di Bengkalis.⁶⁸

Setelah 12 tahun menyandang Kepolisian Komisariat, pada 1970 namanya berubah menjadi Komando Daerah Kepolisian (Kodak) Riau. Bersamaan dengan itu Kepala Kepolisian RI memberikan anugerah Pataka yang bernama "Tuah Sakti Hamba Negeri". Pemberian ini berdasarkan surat keputusan No. Pol: 15/SK/KAPOLRI/1970 tanggal 4 februari 1970:

1. **Tuah**

Dapat diartikan suatu keistimewaan dan suatu hal yang luar biasa. Buah itu, adalah merupakan kodrat/karunia dari Tuhan Yang Maha Esa bagi makhluknya. Seseorang yang memiliki buah, atau apa yang diartikan "orang bertuah", adalah orang istimewa dan luar biasa, melebihi orang-orang lain.

2. **Sakti**

Dapat diartikan sebagai kesanggupan yang melebihi kodrat alam. Orang yang memiliki ke-SAKTI-an, merupakan orang yang gagah berani

⁶⁸ Data Bid. Humas Polda Riau 2018



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikat kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bahwa ke-sakti-an itu dapat diperoleh dengan jelas (tapah/bertapah) dan juga ada kepercayaan terhadap jimat-jimat yang sakti (bahwa yang memiliki jimat, menyangka dirinya kebal terhadap peluru dan terhadap senjata tajam dan lain-lain).

3. Hamba Negeri

Dapat diartikan sebagai ABDI dari tanah air, ABDI dari pada nusa dan bangsa. Arti keseluruhannya adalah bahwa Kepolisian Daerah Riau memiliki Tuah dan ke-sakti-an itu yang diperoleh, baik sebagai kodrat atau karunia dari pada Tuhan Yang Maha Esa maupun dari Negara rakyat dan Bangsa. Oleh karena itu maka TUAH dan ke-sakti-an tersebut harus pula di ABDI kan kepada Tanah Air, Negara dan Bangsa. TUAH SAKTI HAMBA NEGERI, adalah kata-kata mutiara yang mengandung pengertian dan nilai-nilai filsafah yang tinggi, yang pernah diucapkan Pahlawan Melayu Laksamana HANGTUAH. Dalam hubungan ini, ada ungkapan-ungkapan kata sebagai berikut: "untuk apa mencuri TUAH, untuk apa mencari SAKTI kalau tidak berguna bagi negeri?" TUAH dan KESAKTIAN itu terletak dalam PENGABDIAN kepada negeri, kepada nusa dan bangsa.

Ucapan penganugrahan Pataka Tuah Sakti Hamba Negeri dilakukan dalam suatu upacara kebesaran di lapangan hangtuh pekanbaru, bertepatan dengan Tri Windu Hari Bhayangkara tanggal 1 Juli 1970. Pada upacara tersebut kapolri komisaris jenderal polisi Drs Hoegeng diwakili oleh korandak I/Sumatera, Irjen Pol Drs Murhadi Danuwilogo menganugerahkan Pataka kepada Pangdak IV/Riau Kombes Pol Drs Achmad Mauluhdin.

Kenaikan tipologi dari tipe B ke tipe A untuk Polda Riau ini, berdasarkan surat dari keputusan Kapolri yaitu, Jenderal Pol Tito Karnavian dengan nomor Kep.1125/X/2016 tertanggal 28 Oktober 2016. Wakil Kepala Kepolisian Republik Indonesia (Wakapolri) Komisaris Jenderal Pol Syafruddin, meresmikan status Kepolisian Daerah (Polda) Riau menjadi Tipe A. peresmian ini nantinya akan disusul dengan

kenaikan pangkat Kapolda Riau Brigjen Pol Zulkarnain Adinegara menjadi Irjen serta pejabat lainnya. Upacara pengukuhan ini dilaksanakan di Sekolah Polisi Negara (SPN) Polda Riau, di Jl. Pattimura, Pekanbaru.

Tabel 4.1 Daftar Nama-Nama Kapolda Riau⁶⁹

NO	NAMA KAPOLDA	MASA JABATAN
1	Kombes Pol R. Sadikoen	(1958-1964)
2	Kombes Pol Drs. R. Soemarsono	(1964-1965)
3	Kombes Pol Drs. Chaeruddin Nitikusumah	(1965-1967)
4	Brigjen Pol RM. Srioto	(1968-1969)
5	Kombes Pol R. Achmad Mauluddin	(1969-1972)
6	Kombes Pol Drs. Soesetya Pramusinto	(1972-1976)
7	Brigjen Pol Drs. Noerjono	(1976-1979)
8	Brigjen Pol Hudioro	(1979-1981)
9	Brigjen Pol Drs. Bobby Rachman	(1981-1983)
10	Brigjen Pol Drs. G.V Soedadi	(1983-1985)
11	Brigjen Pol Drs. SH Siamatupang	(1985-1986)
12	Kolonel Pol Drs. PW Daeng	(1986-1988)
13	Kolonel Pol Drs. Tony Sidarta	(1988-1989)
14	Kolonel Pol Drs. Herman SS	(1989-1991)
15	Kolonel Pol Drs. Hartoyo	(1991-1992)
16	Kolonel Pol Drs. Adnin Rivai	(1992-1993)
17	Kolonel Pol Drs. Untung Haryono	(1993-1994)
18	Kolonel Pol Drs. M.Salim Siregar	(1994-1995)
19	Kolonel Pol Drs. Ishak Kodijat	(1995-1996)
20	Kolonel Pol Drs. Moch Maliki	(1996-1997)
21	Kolonel Pol Drs. Moechlis Moechtar	(1997-1998)
22	Kolonel Pol Drs. Moch Arifin Rachim	(1990-2000)
23	Kolonel Pol Drs. Maman Supratman SH.Msc	(2000-2001)
24	Brigjen Pol Drs. H.Jonny Yodjana	(2001- 2002)
25	Brigjen Pol Drs. Dedi S Komaruddin	(2002-2004)
26	Brigjen Pol S. Damanhuri	(2004-2005)
27	Brigjen Pol Drs. Ito Sumardi DS.,SH.,MBA.,MM.,MH	(2006-2007)
28	Brigjen Pol Drs. Sutjiptadi	(2007-2008)
29	Brigjen Pol Drs. Hadiatmoko	(2008-2009)
30	Brigjen Pol Drs. Adjie Rustam Ramja	(2009-2010)
31	Brigjen Pol Drs. Suedi Husein	(2010-2013)
32	Brigjen Pol Drs. Condro Kirono	(2013-2014)
33	Brigjen Pol Drs. Dolly Bambang Hermawan	(2014-2016)
34	Brigjen Pol Supriyanto	(2016-2016)
35	Irjen Pol Drs. Zulkarnain	(2016-2017)
36	Brigjen Pol Drs.Nandang	(2017- 2018)
37	Brigjen Pol Drs. Widodo Eko Prihastopo MM	(2018 - sekarang)

⁶⁹ Dokumen Bid Humas Polda Riau 2018

Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin atau mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak mengaitkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Visi Misi

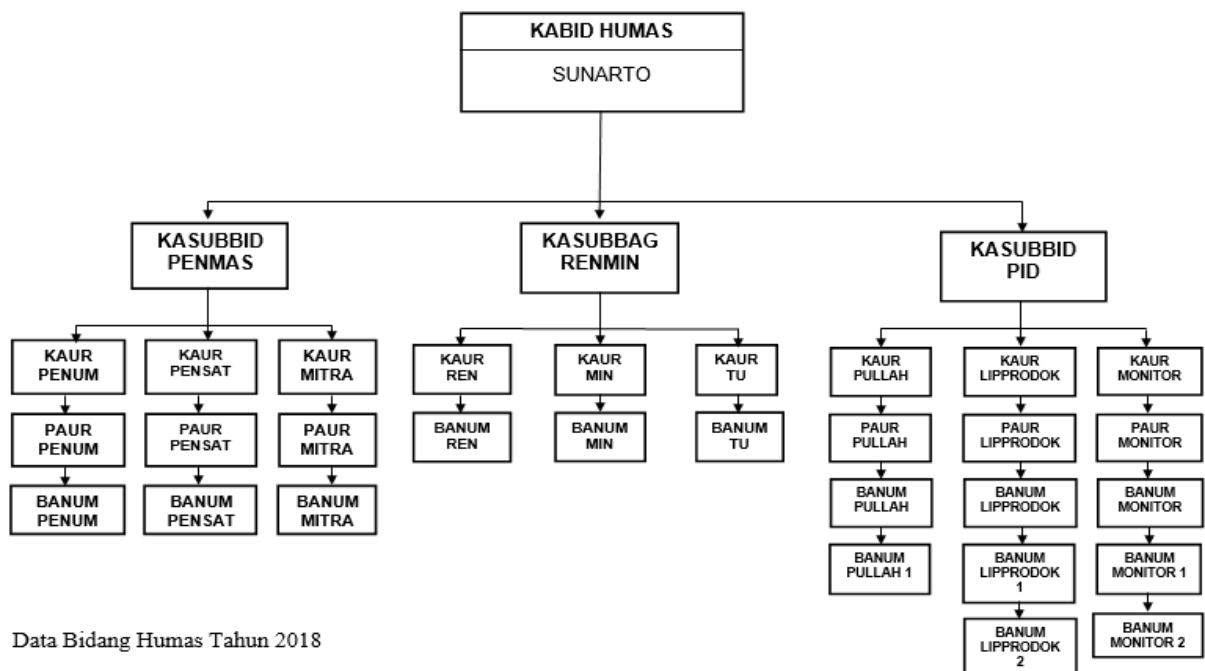
Adapun visi Polda Riau adalah “Terwujudnya Polda Riau sebagai Pelindung, Pengayom, dan Pelayan Masyarakat sekaligus sebagai Penegak Hukum yang Menjunjung Hak Asasi Manusia.

Sedangkan Misi Polda Riau adalah:

1. Memberikan perlindungan, Pengayoman, dan Pelayanan Kepada Masyarakat
2. Memberikan Bimbingan Kepada Masyarakat Melalui Upaya Preventif
3. Melakukan Penegakan Hukum Secara Professional dan Proporsional dengan Menjunjung Tinggi Hak Asasi Manusia
4. Mengangkat Harkat dan Martabat dengan Menjunjung Tinggi Norma-Norma
5. Membina SDM Polri Secara Professional, Patuh Hukum, dan Berprilaku Terpuji

C. Struktur Organisasi Bid Humas Polda Riau

STRUKTUR ORGANISASI BIDANG HUMAS POLDA RIAU



Data Bidang Humas Tahun 2018

D. Tugas-Tugas Divisi yang ada di Bid Humas Polda Riau

Divisi yang ada di Bid Humas Polda Riau

1. Kasubbag Renmin

Kasubbag Renmin bertugas menyusun perencanaan program kerja dan anggaran, manajemen sarpras, personil dan kinerja, pelayanan ketatausahaan dan urusan dalam serta membantu administrasi keuangan di lingkungan Bid Humas Polda Riau.

Dalam melaksanakan Kasubbag Renmin menyelenggarakan fungsi:

- Pemberian bantuan dalam penyusunan perencanaan jangka sedang dan jangka pendek, antara lain Renstra, Rancangan Renja, kebutuhan sarana dan prasarana, personil dan anggaran
- Pengolahan Sarpras dan pemberian bantuan penyusunan laporan SIMAK dan BMN
- Pengolahan bantuan administrasi keuangan
- Pengolahan ketatausahaan dan urusan dalam
- Pemberian bantuan dalam penyusunan LRA dan pembuatan laporan Akuntabilitas kinerja Satker meliputi analisis target penyampaian kinerja, program dan anggaran

Dalam pelaksanaan tugas Kasubbag Renmin dibantu:

- Kauren
- Kaurmin
- Kaurtu

2. Kasubbid Penmas

Kasubbid Penmas bertugas menyelenggarakan penerangan umum dan penerangan satuan yang meliputi pengolahan dan penyampaian informasi termasuk kerja sama dan kemitraan dengan media massa berikut komponennya, dalam pelaksanaan tugas Kasubbid Penmas menyelenggarakan fungsi:

- Penerangan umum dan satuan, pengolahan dan penyampaian informasi di lingkungan Polda Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Perencanaan dan pelaksanaan kerja sama serta kemitraan dengan media massa berikut komponennya

Dalam pelaksanaan tugas Kasubbid Penmas dibantu:

1. Kaur Penum
2. Kaur Pensat
3. Kaur Mitra
3. Kasubbid PID

Kasubbid PID bertugas melaksanakan pengumpulan dan pengolahan data, serta menyajikan informasi dan dokumentasi, melakukan anev kegiatan tugas Bid Humas Polda Riau.

1. Dilarang menyalin atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada Bab ini penulis akan menyajikan kesimpulan dari hasil analisa yang telah didapatkan pada bab sebelumnya berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis mengenai model komunikasi humas polda Riau membangun komunikasi eksternal menggunakan media sosial di Instagram. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Model komunikasi Humas Polda Riau dalam membangun komunikasi eksternal menggunakan media sosial di instagram dapat diidentifikasi menjadi 4 model dalam mengelola media sosial yang dikemukakan oleh Regina Luttrell yaitu proses *Share* yang di gunakan oleh humas Polda Riau adalah media sosial instagram sebagai alat komunikasi yang sangat meluas yang dilatar belakangi oleh penggunaan media sosial terbanyak dan target sasarannya yaitu seluruh masyarakat Riau. Dengan memposting foto, video Humas Polda Riau berhasil menghimbau, mengajak masyarakat sehingga *Followers* semakin bertambah dan dapat menumbuhkan kepercayaan publik kepada polda Riau.

Pada proses *optimize* mengoptimalkan dengan melakukan informasi secara lengkap melalui bio instagram seperti alamat, kontak, email agar mempermudah masyarakat untuk menghubungi pihak kepolisian.

Proses *manage* yang dilakukan humas polda Riau untuk mengelola media sosial Instagram yaitu media monitoring yang terdapat pada *Insight* Instagram yang dapat memberikan data dan informasi yang cukup mendetail sehingga bisa melakukan evaluasi kinerja akun media sosial instagram. Mempunyai admin media sosial sendiri sehingga humas polda Riau hanya melihat secara insight dari tingkat *followers*, rentang usia dan perkembangan keseluruhan yang ada di akun humas Polda Riau.

Proses *engage* yang dilakukan dengan membuat konten yang atraktif agar dapat menghibur dan berinteraksi dengan *Followers*.

B. Saran

Sebagai langkah terakhir dari proses penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran atau masukan yang berkaitan dengan masalah yang penulis angkat. Hal ini tentunya sesuai dengan kemampuan penulis. Maka ada beberapa hal yang penulis sarankan diantaranya:

1. Diharapkan dengan adanya penelitian ini humas polda Riau lebih mampu mempertahankan dan meningkatkan aktivitas humas polda Riau dengan menggunakan media sosial Instagram. Selain itu mampu bekerja sama secara baik agar tetap mempertahankan eksistensi dalam menyampaikan informasi.
2. Dalam memposting konten lebih baik admin membuat keterangan photo yang lebih bervariasi agar lebih menarik *followers* untuk memberikan respon

k Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengukuhkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

slamic

Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR PUSTAKA

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Anisa Citra Triyandra, "Perencanaan Komunikasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Smart City, *Jurnal*, Vol 4 No 2 (Oktober 2017)
- Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005)
- Noore, Frazier. *Hubungan Masyarakat prinsip, kasus, dan masalah*, (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 1988)
- "Kepolisian Negara Republik Indonesia: Arti Lambang Polri", dalam <https://www.polri.go.id/> (diakses 25 february 2019)
- Ajeng Jayanti dkk. "Pemilihan Akun Media Sosial Instagram oleh Holiday Inn Bandung", *Jurnal The Messenger*, Vol 9, No 2, (Juli 2017)
- Ardianto, Elvinaro, dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007)
- Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000)
- Aswad Ishak, "Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi", *Jurnal Komunikasi*, Vol 1, No 4 (Januari 2012)
- Ayu Widya Puspita, *Analisis penggunaan media sosial twitter oleh pejabat publik dalam penerapan good governance (Studi terhadap akun lampung, Gubernur Jawa Tengah dan Wali Kota Bandung)*, Skripsi, Universitas Lampung. 2016
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Kencana Media Group, 2007)
- Dan Zarella, *The Social Media Marketing Book* (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2010)
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004)
- Elsa Nugraheni, dkk, Efektivitas teknik manajemen waktu untuk mengurangi kecanduan jejaring sosial facebook, *Jurnal program studi bimbingan dan konseling* Vol 4, No 1 (Juni 2016)
- Elvinaro Ardianto, *Handbook of Public Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013)
- Elvinaro Ardianto, *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kualitatif dan Kuantitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2011)

- Eureka Intan Innova, *Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia*, Jurnal E-Komunikasi, VOL 4. NO.1 (Tahun 2016)
- Fitri Difika, *Dakwah Melalui Instagram*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016
- Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003)
- Frazier Moore, *Hubungan Masyarakat*, (tt: PT Remaja Rosdakarya, tth)
- Hafizh dkk, "Pengelolaan Instagram @Humas_Sumedang Sebagai Media Komunikasi dan Media Informasi oleh Humas Sekretariat Daerah Sumedang", *Jurnal Komunikasi Vol 5 No 2*, (Oktober 2019)
- Hermanto Bambang, *Public Relations dalam Organisasi*, (Yogyakarta: Santusa, 2007)
- Ismail Idrus, "Aktivitas Humas Polrestabes Makassar Dalam Membangun Citra Polisi" skripsi, Universitas UIN Alauddin Makasar 2017
- J. Heru Margianto, Asep Syaefullah, (Media Online: Antara Pembaca, laba, dan Etika). (Jakarta: Aji Indonesia)
- Jalaluddin Rahmat, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000)
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- _____, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)
- Lena Satlita, "Aktivitas Public Relations Dalam Rangka Membina Hubungan Baik Dengan Media Massa", *Jurnal* (Yogyakarta)
- Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian kualitatif* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2005)
- Meutia Puspita sari, "Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam", *Jurnal Risalah Vol 4, No.2* (2017)
- Moleong, Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2008)
- Monica Utari, "Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya", *Jurnal Vol. 4, No. 2* (Oktober 2017)

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengikat pengutipan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- Morissan, MA, *"Manajemen public relations Strategi Menjadi Humas Profesional"*, (Jakarta: Kencana, 2008)
- Nasution Kriyanto, *Metodologi Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015)
- Nurjaman Kadar, Umam Khaerul. *Komunikasi Public Relations*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012)
- Ohong Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2006)
- _____, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, tth)
- Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media public Relations dan Publisitas Korporat*, (Jakarta: Kencana, 2008)
- Rahmat Kriyanto, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006)
- Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Republik Indonesia*.
- Rindiantika & Riza, "Aktivitas Digital PR Humas Kota Bandung Sebagai Media Informasi dan Publikasi", *Jurnal*, Vol 5 No 2 (2019)
- Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015)
- Rosyadi Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007)
- _____, *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003)
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Siombiosa Rekatama Media, 2015)
- Ruslan, Rosyadi. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001)
- Salt Masitoh, "Strategi Komunikasi Eksternal Humas Polda di Yogyakarta dalam Mengelola Citra Positif Institusi", *Jurnal* (Juli 2018)
- Sora N "Pengertian Perencanaan", dalam <http://www.pengertianku.net/2014/07/pengertian-perencanaan-planning.html> (diakses 13 februari 2019)



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Suranto AW, *Komunikasi Perkantoran*, (Yogyakarta: Media Wacana, 2005), 123-124

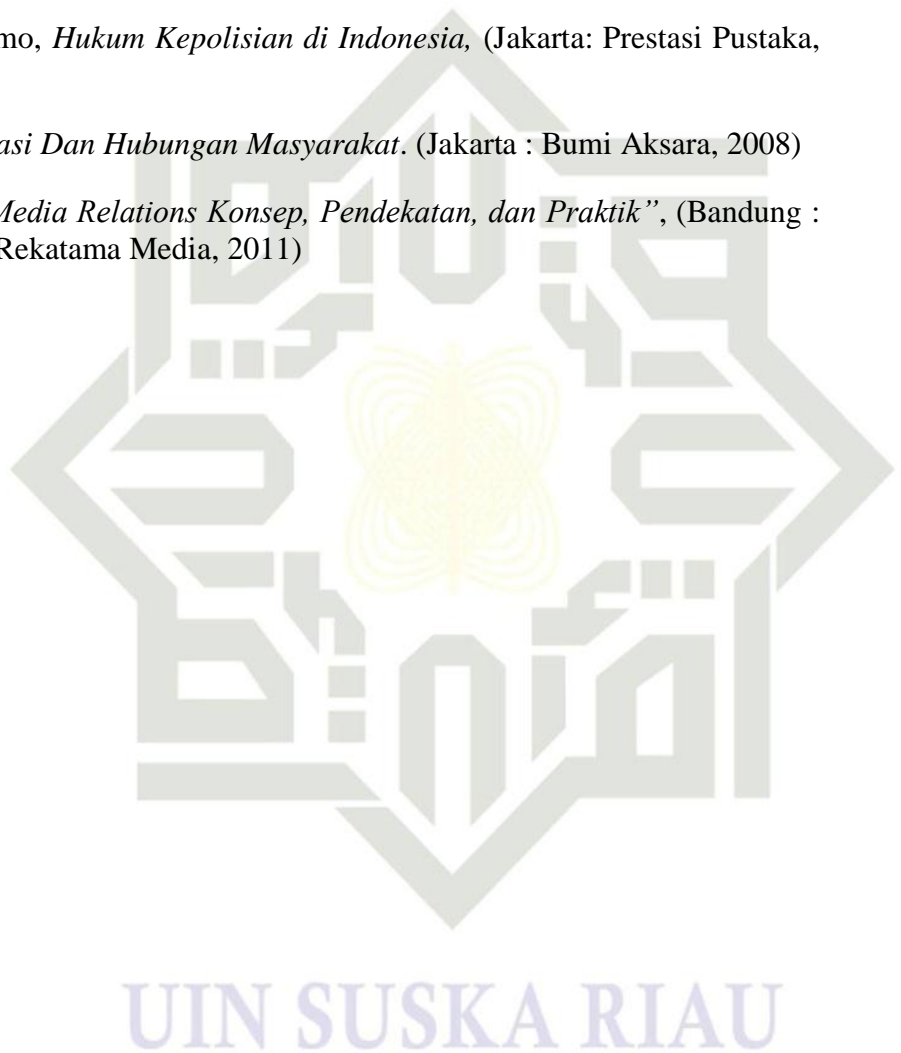
T.E. Ardho, "Peran dan Strategi Humas (Public Relations) dalam mempromosikan produk perusahaan", *Jurnal Risalah* Vol.1, No.1 (Mei-Juni 2013)

Toni Greener, *Public Relations dan Pembentukan Citranya*. (Jakarta: Bumi Aksara)

Warsito Hadi Utomo, *Hukum Kepolisian di Indonesia*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2005)

Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2008)

Yosal Iriantara, "Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Praktik", (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2011)



LAMPIRAN DOKUMENTASI

Foto bersama Bapak Arloren Antoni sebagai Banum Lipproduk pada tanggal 24 Juli 2019



Foto bersama Bapak Yulius Ketua Kasubbid Penmas pada tanggal 24 Juli 2019

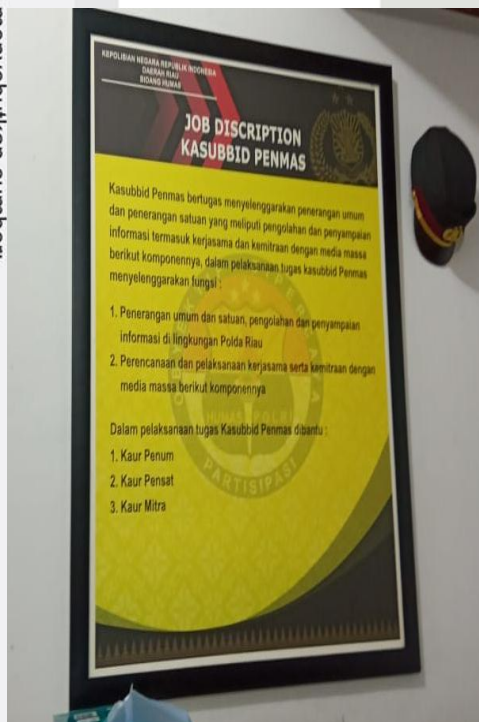


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

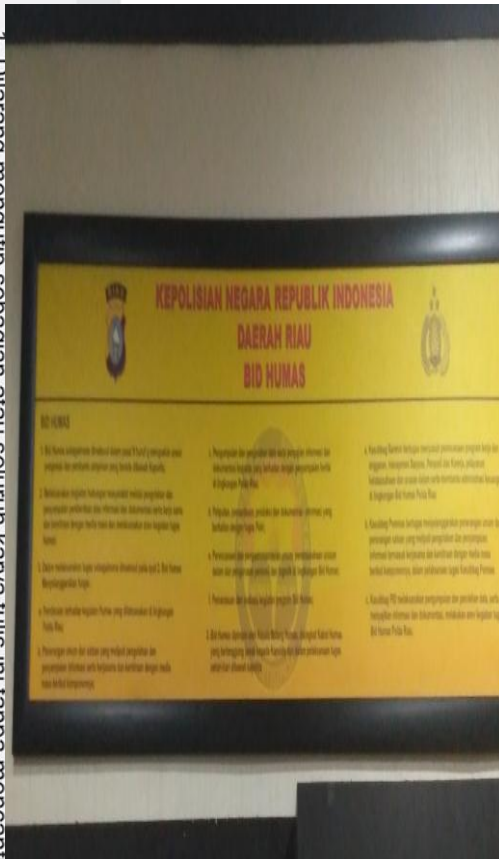
Foto bersama Bapak Anggia Banum Lipproduk pada tanggal 29 Juli 2019



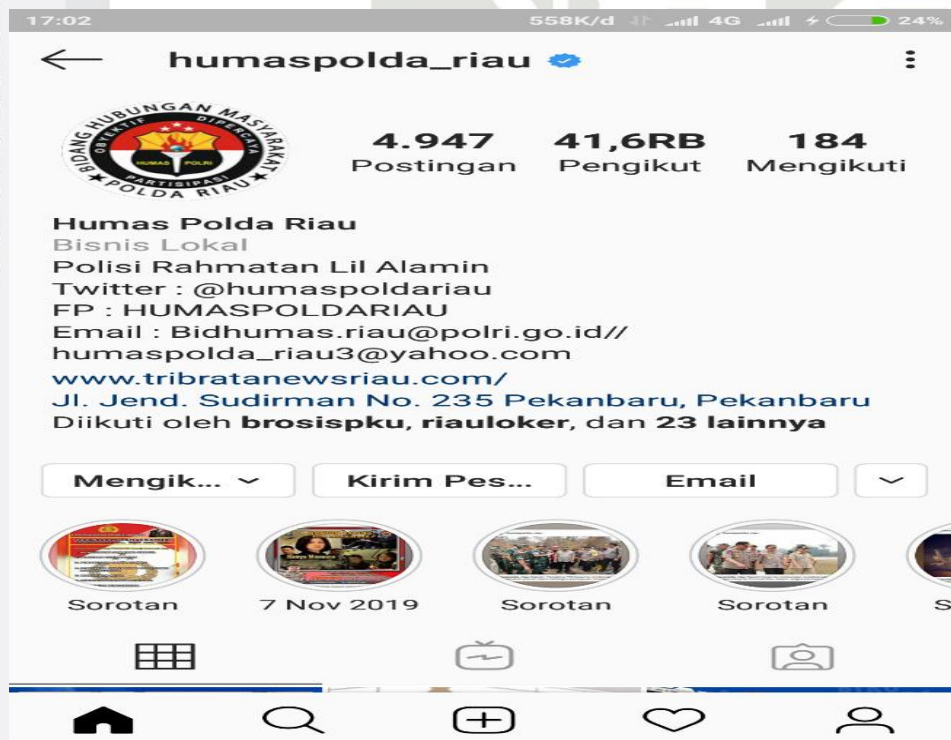
Kantor Humas Polda Riau



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

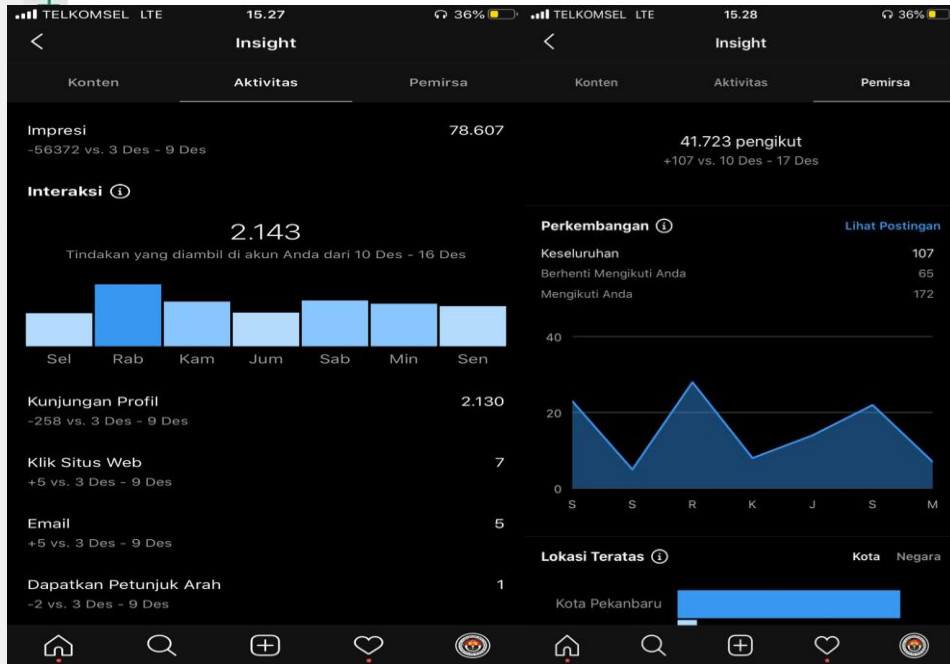


Fitur Bio atau Profil Akun Instagram Humas Polda Riau



Humas Polda Riau dalam menggunakan Akun Insight

1. Diak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Aktivitas Humas Polda Riau dalam menolong masyarakat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Polda melakukan himbauan kepada masyarakat seperti operasi zebra dan operasi keselamatan muara takus

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Polda Riau mengadakan event seperti lomba foto



Kegiatan event yang diadakan oleh humas polda riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Polda Riau adakan Tabligh Akbar dan Dzikir bersama Syekh Ali Jaber



Polda menghadiri acara seperti Acara Sosialisasi dan Acara Deklarasi Pemuda Riau melawan Hoax

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





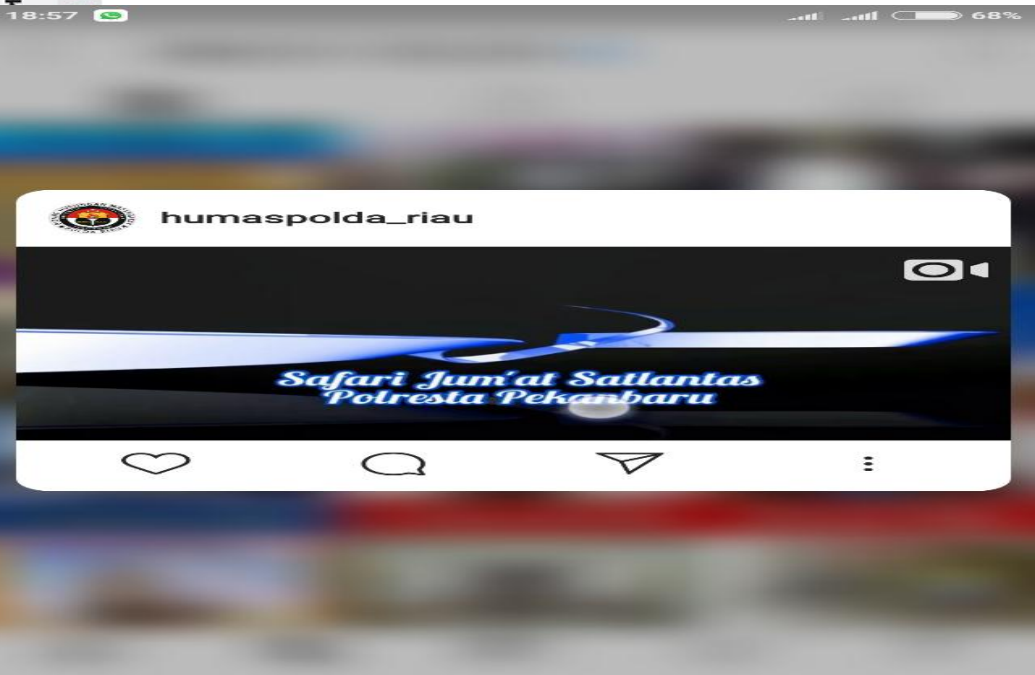
Respon masyarakat terhadap postingan akun instagram Polda Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Kegiatan Humas Polda Riau yang diposting dalam bentuk video

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Aktivitas Humas Polda Riau saat melaksanakan siaran langsung melalui akun instagram



Jumlah like dari masyarakat tentang konten yang diposting

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

AKTIVITAS HUMAS POLDA RIAU DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI EKSTERNAL MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM

Disusun Oleh:

Iswara Silfia

Nim: 11543200634

Telah Disetujui Dosen Pembimbing pada tanggal 2 Desember 2019

Pembimbing

Assviri Abdullah M.I.Kom

NIK. 130 417 023

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hal : Naskah Riset Proposal

Pekanbaru, 21 Maret 2019

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Di_

Tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Dengan hormat,

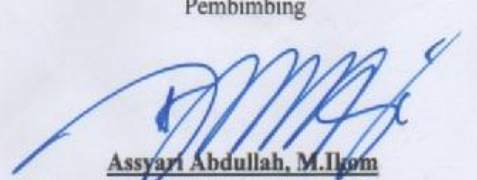
Setelah membaca, meneliti dan memberi petunjuk serta mengadakan perubahan seperlunya, maka kami selaku Pembimbing menyetujui bahwa riset proposal saudara dengan judul **"AKTIVITAS HUMAS POLDA RIAU DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI EKSTERNAL MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM"** Untuk diajukan pada seminar proposal Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Mengetahui

Pembimbing



Assyari Abdullah, M.Ikom
NIK 130417023



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/073/2019 Pekanbaru, 03 Jumadil Awal 1440 H
Sifat : Biasa 09 Januari 2019 M
Lampiran : 1 berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing
a.n. **Iswara Silfia**

Kepada Yth.
Assyari Abdullah, M.I.Kom
Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n **Iswara Silfia** NIM. 11543200634 dengan judul "**Aktivitas Humas Polda Riau dalam Menggunakan Sosial Media @humaspolda_riau untuk Membangun Komunikasi Eksternal**" saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang **saudara** berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan



W. Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/4285/2019 Pekanbaru, 19 Ramadhan 1440 H
Sifat : Biasa 24 Mei 2019 M
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : **Mengadakan Penelitian**

Kepada Yth.
Gubernur Riau
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,
Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : Iswara Silfia
N I M : 11543200634
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

"Aktivitas Humas Polda Riau dalam Membangun Komunikasi Eksternal menggunakan Media Sosial di Instagram"

Adapun sumber data penelitian adalah :

"Polda Riau"

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam

a.n. Rektor,
Dekan,


Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :
1. Rektor UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email : dpmtsp@riau.go.id Kode Pos : 28126



REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/23472
TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/4285/2019 Tanggal 24 Mei 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

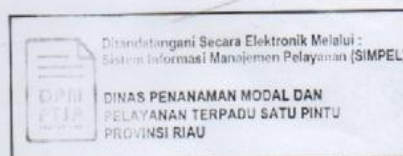
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : ISWARA SILFIA |
| 2. NIM / KTP | : 11543200634 |
| 3. Program Studi | : ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : AKTIVITAS HUMAS POLDA RIAU DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI EKSTERNAL MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM |
| 7. Lokasi Penelitian | : POLDA RIAU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 19 Juni 2019



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Kapolda Riau
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DAERAH RIAU

Jalan Jenderal Sudirman 235, Pekanbaru 28116

Pekanbaru,

29

Juli 2019

Nomor : B/ 65 /VII/KEP/2019/Humas
Klasifikasi : BIASA
Lampiran : -
Perihal : Hasil Riset

Kepada

Yth. KEPALA ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU

di

Pekanbaru

1. Rujukan Surat Dinas Penanam Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/23472 perihal Pelaksanaan Kegiatan Riset/Pra Riset Dan pengumpulan data Untuk Bahan Skripsi.
2. Sehubungan dengan rujukan tersebut diatas, diinformasikan kepada Bapak/Ibu bahwa a.n. Iswara Silfia Nim 11543200634 judul penelitian "Aktivitas Humas Polda Riau dalam membangun komunikasi eksternal menggunakan media sosial di Instagram", telah selesai melaksanakan penelitian/riset di Bagian Humas Polda Riau.
3. Demikian untuk menjadi maklum.

Tembusan :

1. Kapolda Riau
2. Irwasda Polda Riau
3. Kabid Propam Polda Riau





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BIODATA PENULIS

Iswara silfia, dilahirkan di Pekanbaru, 07 Juni 1997, penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara, anak dari Bapak Sofyan Ali dan Ibu Kamzaimi. Penulis beralamat di Jl. Sembilang kelurahan Limbungan Baru, Kecamatan Rumbai Pesisir, Pekanbaru. Riwayat pendidikan penulis yaitu, SDN 004 Pekanbaru, melanjutkan ke SMPN 15 Pekanbaru, kemudian SMAN 03 Mandau, Duri. Tahun 2015, penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan mengambil jurusan Ilmu Komunikasi Public Relations di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDK).

Penulis pun telah menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi pada tahun 2019 dengan judul “Model Komunikasi Humas Polda Riau Dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial di Instagram”.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir penelitian ini, hanya doa yang ikhlas untuk kelancaran dalam melakukan penelitian ini serta harus diimbangi dengan usaha dan semangat pantang menyerah. Semoga skripsi yang telah ditulis oleh penulis ini dapat memberikan manfaat kedepannya kepada pembaca dan semoga Allah SWT selalu memberikan limpahan Rahmat dan Kasih sayangnya kepada penulis kedepannya dan orang-orang yang mau berusaha dengan tulus dan ikhlas. Amin Ya Rabbal’Alamiin.